米国におけるソーシャルメディアの裾野産業調査

2012 年 3 月

独立行政法人　日本貿易振興機構

本報告書に関する問い合わせ先：
日本貿易振興機構（ジェトロ）
調査企画課

〒107-6006　東京都港区赤坂 1-12-32
TEL: 03-3582-5544
FAX: 03-3582-5309
email: ORA@jetro.go.jp

【免責条項】

ジェトロは、本書の記載内容に関して生じた直接、間接的若しくは懲罰的損害及び利益の喪失については、一切の責任を負いません。これは、たとえジェトロがかかる損害の可能性を知らされている場合であっても同様とします。

(C)JETRO 2012
本報告書の無断転載を禁ずる。

JETRO

アンケート返送先　FAX: 03-3582-5309

ORA@jetro.go.jp

日本貿易振興機構　海外調査部　調査企画課 宛

● ジェトロアンケート ●

調査タイトル：**米国におけるソーシャルメディアの裾野産業調査**

ジェトロでは、主として中小企業の関係者の皆様が海外にて円滑に事業展開できることを目的に本調査を実施いたしました。報告書をお読みいただいた後、是非アンケートにご協力をお願い致します。今後の調査テーマ選定などの参考にさせていただきます。

■質問1：今回、本報告書で提供させていただきました**「米国におけるソーシャルメディアの裾野産業調査」**について、どのように思われましたでしょうか？（〇をひとつ）

4：役に立った　　3：まあ役に立った　　2：あまり役に立たなかった　　1：役に立たなかった

■ 質問2：①使用用途、②上記のように判断された理由、③その他、本報告書に関するご感想をご記入下さい。

■ 質問3：今後のジェトロの調査テーマについてご希望等がございましたら、ご記入願います。

■お客様の会社名等をご記入ください。(任意記入)

ご所属	□企業・団体 □個人	会社・団体名
		部署名
		お名前

※ご提供頂いたお客様の個人情報については、ジェトロ個人情報保護方針（http://www.jetro.go.jp/privacy/）に基づき、適正に管理運用させていただきます。また、上記のアンケートにご記載いただいた内容については、ジェトロの事業活動の評価及び業務改善、事業フォローアップのために利用いたします。

～ご協力有難うございました～

JETRO

目次

1. 序論 3

2. 米国のソーシャルメディア業界におけるトップ企業 30 社のプロファイル 6

2-1. PhotoBucket 6

2-2. Vimeo 8

2-3. RockYou 10

2-4. Foursquare 12

2-5. Causes 14

2-6. StockTwits 16

2-7. Spokeo 18

2-8. Yelp 20

2-9. Tumblr 22

2-10. Miso 24

2-11. Digg 26

2-12. Slideshare 28

2-13. Grooveshark 31

2-14. Quora 34

2-15. FlipBoard 37

2-16. bitly 39

2-17. HootSuite 42

2-18. Marin Software 44

2-19. Payvment 46

2-20. Visible Technologies 48

2-21. ZenDesk 50

2-22. GroupSite 52

2-23. 33Across 54

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

2-24. Technorati 56

2-25. Kontagent 58

2-26. Klout 60

2-27. Spigit 62

2-28. Jive Software 64

2-29. CrowdFlower 66

2-30. Wheelz 69

3. 裾野産業を構成するベンダー全 50 社のダイレクトリー 71

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

1. 序論

本調査の目的

ソーシャルメディアへの関心が高まる中、それを構成するプラットフォームの提供や、ファン分析を行うターゲットマーケティング、ソーシャル版顧客関係管理（CRM）など、ソーシャルメディアをめぐる裾野産業が立ち上がってきた。米国を含む海外市場で日本企業がソーシャルメディアをうまく取り込むためにも、これらのソリューションを提供するベンダーの勢力図や企業情報を整理し、効果的に提供していく必要がある。

調査項目の概要

1. ソーシャルメディア業界を支援する様々なカテゴリの定義を含んだ裾野産業のチャートを用いた解説

2. 1. のカテゴリに該当するトップ企業 30 社のプロファイル

3. プロファイル企業 30 社については、以下の調査項目に従って情報を整理：

   （1）当該企業が持つ技術・サービスの解説、その技術・サービスの他社と比較した優位性

   （2）主要顧客

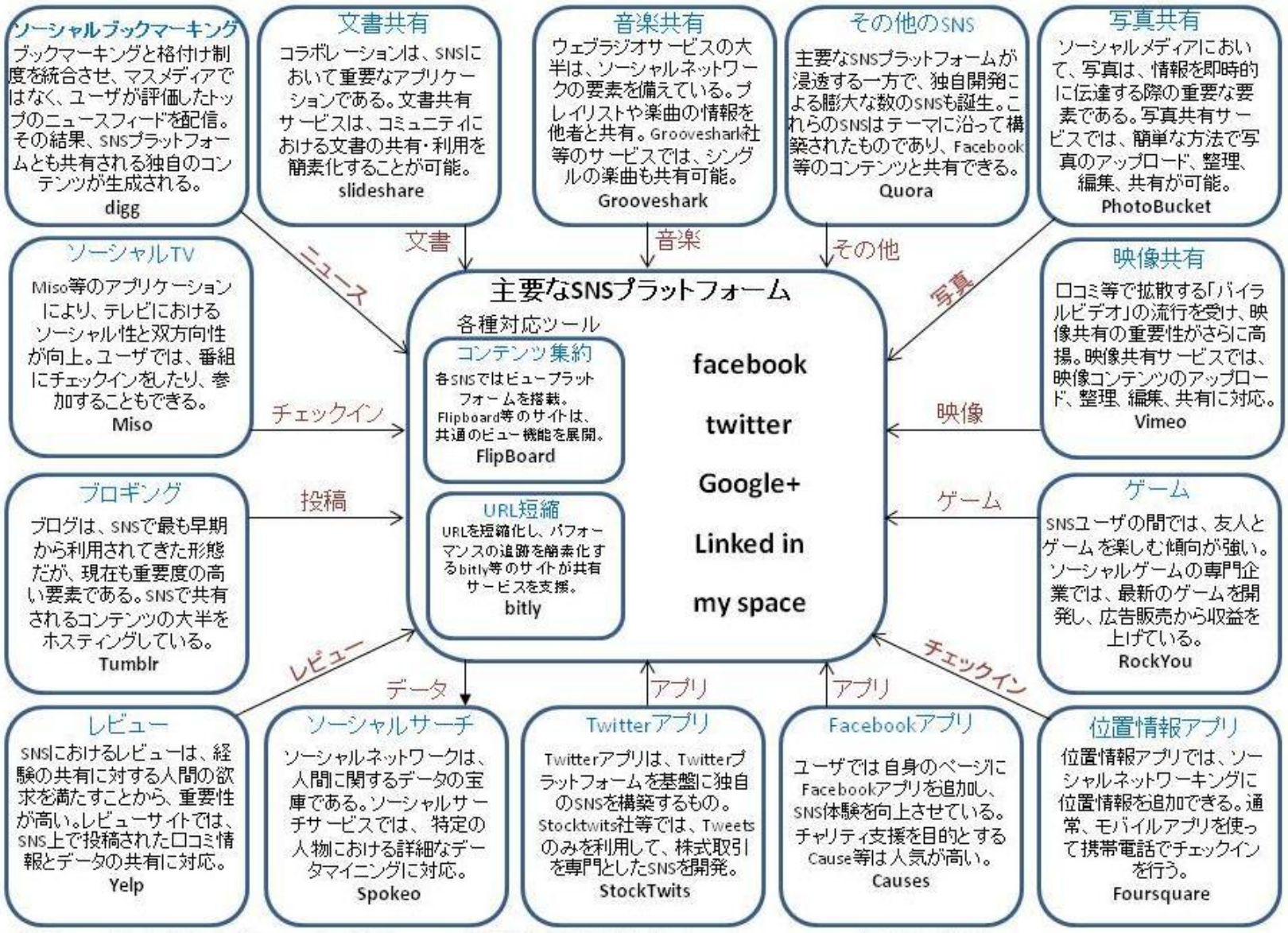
   （3）当該技術・サービスの日本市場での存在の有無、提供する日本企業がある場合にはその技術・サービスとの比較

   （4）日本企業がいかに当該技術、サービスを活用できるかの示唆

4. 上記 30 社を含め現時点で裾野産業を構成するベンダー全 50 社のダイレクトリー

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

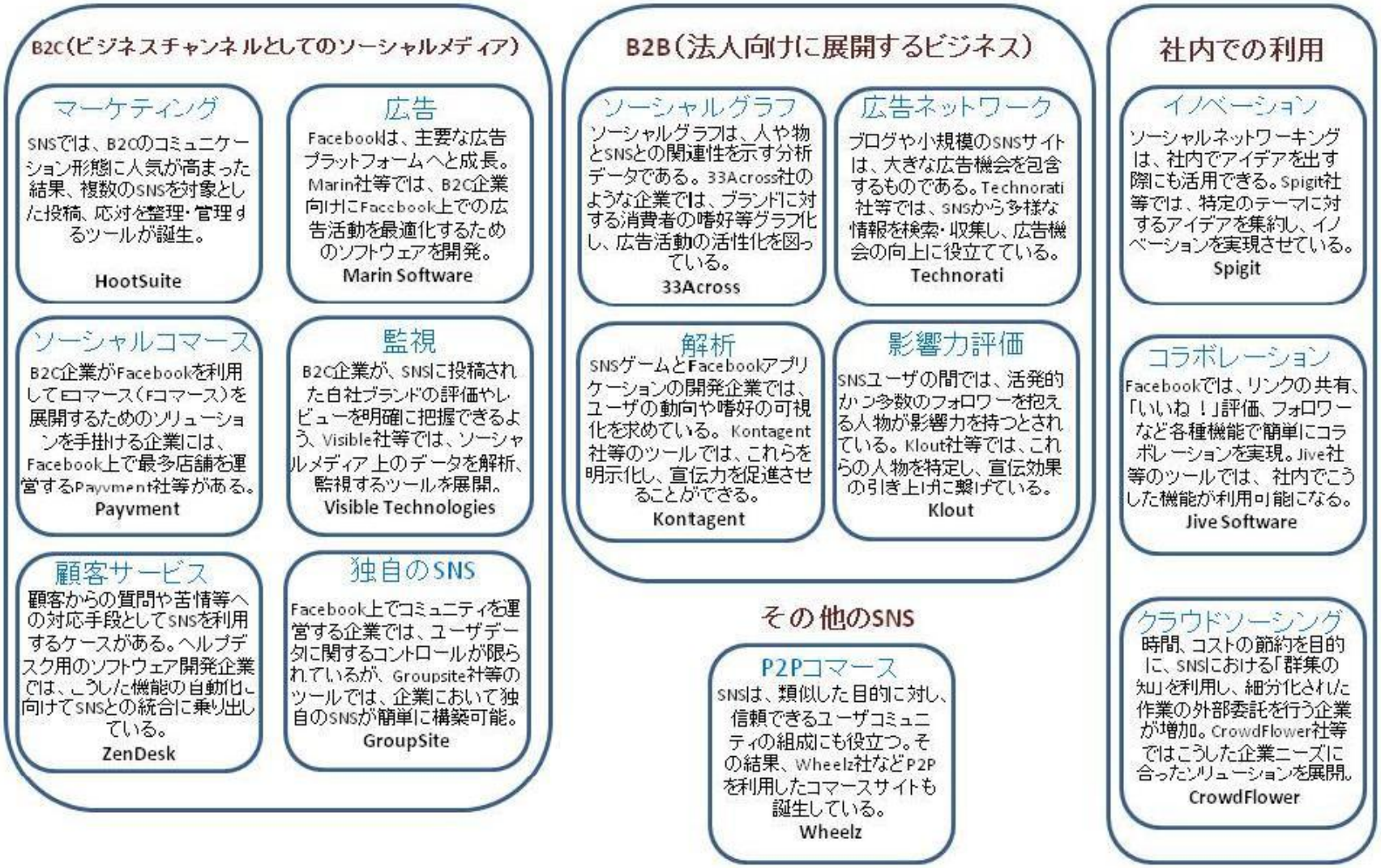
図１　米国のソーシャルメディア業界におけるトップ企業*（ユーザービュー）



*トップ企業＝SNS業界に対応した付属サービスを提供している主導的な未公開企業。主要SNSプラットフォームの子会社は対象外。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

図２　米国のソーシャルメディア業界におけるトップ企業*（ユーザービュー）



*トップ企業＝SNS業界に対応した付属サービスを提供している主導的な未公開企業。主要SNSプラットフォームの子会社は対象外。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

2. 米国のソーシャルメディア業界におけるトップ企業130 社のプロファイル

2-1. PhotoBucket

企業名	PhotoBucket（旧社名：Ontela）	**URL**	www.photobucket.com
所在地	コロラド州 デンバー市	**調達資金総額（$100 万）**	14.5
設立年	2003 年	**投資家**	Hunt Ventures, Oak Investment Partners, Voyager Capital
社員数	100 名	**ユーザベース（100 万人）**	100
分野	写真共有		

事業概要

写真と映像の共有サービス Photobucket におけるダウンロード回数は、2011 年 12 月現在で 95 億回を超えている。同社によると、登録ユーザでは、ウェブをはじめスマートフォン、接続されたデジタルカメラから日刊にして 400 万のイメージがアップロードされている。Photopocket サイトで友人や家族との間でこれらのイメージをアップロード・共有する他、人気の高いソーシャルネットワーク、IM アプリケーション、電子メール、携帯電話も利用できる。同社では、99.9%のアップタイム、無償利用のユーザに対しては、無制限の写真データ保存、最大 500 件の映像データ保存に対応している点をセールスポイントとしている。ユーザは、各自のアルバムを公開したり、パスワード保護によってゲストに限定したアクセス機能を使うこともできる。現在のところ、広告とプレミアムの加入サービスから収益を上げている。

Ontela, Inc という企業が Fox Interactive Media 社（Fox IM は、2007 年に Photobucket 社を 3 億ドルで買収）から Photobucket 社を買い取り、これを企業ブランドとして採用。同時に社名も変更した。Photobucket 社は、コロラド州デンバー市に本社を置き、サンフランシスコ市に支社を持つ。2003 年、Trinity Ventures からの財務支援を受け、Alex Welch 氏と Darren Crystal 氏が共同で起ち上げた企業である。

考慮される成功要因

PhotoBucket 社は、eBay や MySpace（MySpace と PhotoBucket 社は、いずれも Fox/News Corp が運営する姉妹企業であった）など他のサイトとの統合を通じて大きな成長を遂げた。2011 年 6 月、Photobucket 社は、Twitter と密接に統合事業 を行っていく意向を発表。Twitter ユーザにとっては、PhotoBucket がデフォルトの写真共有プラットフォームとして展開される。同発表の時点で、Twitter 上

[1] *トップ企業＝SNS 業界に対応した付属サービスを提供している主導的な未公開企業。主要 SNS プラットフォームの子会社は対象外。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

では 225 万枚の写真が共有されていた。この数字は、投稿された Tweet 全体の 1.25%に相当するものである（出所：Sysomos）。2011 年における Twiiter への写真投稿は、さらに活発化し、Twitter ユーザによる写真共有は、前年比 421%の上昇を見せている。（出所： Topsy）

特性および日本市場との比較・ビジネス機会

1） 保有技術の特徴と優位性

- eBAY、MySpace、 Twitter など大手サイトとの密接な統合
- 携帯アプリケーションに対する強力なサポート
- 無制限の写真アップロード
- 以下の全てのサイトで写真共有が可能
  MySpace、Facebook、Twitgoo、Blogger、Livejournal、Hi5、Friendster、Orkut、Tagged、myYearbook、LiveSpaces、Bebo、Xanga、Multiply、iGoogle

2） 顧客ベース

- 登録ユーザ数：1 億人（携帯機器利用による 2000 万人のユーザも含む）
- 現在までにアップロードされた写真：95 億枚

3） 類似技術で比較対象となる日本の企業・サービス例

フォト蔵：2005 年開始当初は招待制の写真共有サイトだったが、同年 9 月に同制度を廃止。翌年 3 月より動画の共有サービスを開始すると同時に、外部への API を公開し、フォト蔵以外からもデータにアクセスできるようになった。現在は、写真等の画像に対象を絞った共有サイトである。2012 年 3 月 23 日現在までにアップロードされた写真は 1 億 2700 万枚。

http://photozou.jp/

4） 日本市場におけるビジネス機会の可能性

日本における写真共有市場は、既に飽和状態にあるが、Photobucket 社など米国を拠点とするサイトには、日本に進出していないものが多数存在する。Photobucket 社における最も大きな特徴は、多様なソーシャルメディアサイトに対応しており、これらで簡単に写真共有ができる点にある。同社と協業することにより、多様なソーシャルメディアサイトを通じた顧客ベースの拡大が期待できる。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

2-2. Vimeo

企業名	Vimeo	**URL**	www.vimeo.com
所在地	ニューヨーク州 ニューヨーク市	**調達資金総額** **（$100 万）**	一般公開の該当情報無し
設立年	2004 年	**投資家**	IAC Interactive 社の完全子会社
社員数	100 名程度	**ユーザベース** **（100 万人）**	65
分野	映像共有		

事業概要

Vimeo は、映像のアップロード、共有、視聴に対応したメディアサイト。

2004 年 11 月、映画制作者やアマチュアのビデオ撮影者をターゲットに Jake Lodwick 氏と Zach Klein 氏が共同で設立。設立当初から高画質の映像を対象としたビジネスに焦点を当ててきた Vimeo 社は、2007 年 10 月、HD 動画に対応した映像共有サイトで早期参入企業のひとつとなった。社名の Vimeo は、共同設立者の Jake Lodwick 氏が考案。Vimeo の中の「me」は、ユーザ自身が制作する映像に焦点を絞っていること、さらに「movie」の回文をこれに組み合わせて生み出した社名である。

インターネットメディアの複合企業として知られる IAC 社（上場企業）が 2006 年 8 月に Vimeo 社を買収。2011 年 12 月現在、登録ユーザ 800 万人を超える Vimeo サイトには、月間 6500 万人のユニークビジターが訪問している。同サイトのトラフィック全体に対し、15%が携帯機器を利用したもので、前年比 2 倍の増加になっている（出所： VentureBeat）。現在のところ、広告とプレミアムの契約サービスから収益を上げている。

考慮される成功要因

Vimeo サイトのコミュニティは、独立系の映画の制作者や映像製作に熱心なユーザで構成されている点で YouTube と大きく異なる。このコミュニティの中でも、通常、他のユーザと定期的かつ活発的にやり取りをしている参加者は「Vimeans」と呼ばれている。Vimeo サイトは、映像制作者に限らず、ミュージシャンやコメディアンの間でも、高画質の動画コンテンツの掲載に広く活用されている。この他、ホワイトハウスでも大統領官邸で放映した映像の HD 版を Vimeo サイトに掲載している。Daily Beast をはじめ UrbanSpoon、CollegeHumor など複数の人気サイトを運営する IAC 社が親会社であることが、広告掲載、トラフィック、視聴率のいずれにも好影響をもたらしている。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

特性および日本市場との比較・ビジネス機会

1） 保有技術の特徴と優位性

- 編集機能を搭載した高度なモバイルアプリケーション
- ローヤルコミュニティの確立
- IAC 社が運営するインターネットサイト群に参画
- 以下のサイトと共有可能
  Flickr、 Del.icio.us、 StumbleUpon、 Facebook、 Digg、 My Space、 Twitter

2） 顧客ベース

- 登録ユーザ数は 800 万人以上
- 月間のユニークビジター数は 6500 万人

3） 類似技術で比較対象となる日本の企業・サービス例

ワッチミー!TV：フジテレビラボ LLC 合同会社が運営。現在、専門家からアマチュアまで映像制作に携わる 1 億 3000 万人のユーザベースを持つ。TVプロデューサーが参加する編集部企画として、テレビ番組等のクロスメディア体制で運営されている。事前プレビュー制を採用し、違法コンテンツを排除。ライブストリーミングによるコンテンツの生中継も行っている。
http://www.watchme.tv/

4） 日本市場におけるビジネス機会の可能性

日本における動画共有市場は、かなり確立した状態にあるが、Vimeo はまだ日本へ進出していない。親会社の IAC 社では、現在、自社株の 25%を買い取る企業を探しているとされる（出所：PandoDaily）。日本とアジア市場において IAC 社のブランド性と技術力の利用に関心を持つ日本企業にとっては、有望なビジネス機会になる可能性がある。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

2-3. RockYou

企業名	RockYou	**URL**	www.rockyou.com
所在地	カリフォルニア州 レッドウッド市	**調達資金総額（$100 万）**	129
設立年	2005 年	**投資家**	Lightspeed Venture Partners、Sequoia Capital、Doll Capital Management、SK Telecom Ventures、Softbank Capital
社員数	106 名	**ユーザベース（100 万人）**	280
分野	ゲーム		

事業概要

ソーシャルメディア対応のゲームおよび広告ソリューションを開発。2007 年に Facebook アプリケーションの提供を開始させ、その翌年には、月間のユニークビジターが 1 億人、ページビューの数は 80 億を超えるなど Facebook 対応ゲームの上位ランキングに数えられるようになった。現在、ユニークユーザ数は 2 億 8000 万人以上、インプレッションに至っては、世界全体で月間 150 億回に上る。
RockYou の Zoo World は Facebook 上で 2 番目、また、Gourmet Ranch も 3 番目に急成長を遂げているシミュレーションゲームである。

考慮される成功要因

RockYou では、ZooWorld を軌道に乗せた後、複数のゲームを発表すると同時に、他のプラットフォームに対するサポートにも力を入れて行った。同社における有機的な成長の背景には、2011 年 1 月、英国を拠点とするソーシャルゲームの開発企業 Playdemic を買収した他、米国の Facebook をはじめ、Mixi、Mobage、NATE、RenRen 等に対応したゲームや海外における多様な SNS プラットフォームを追加させたことなどがある。1 億 2900 万ドルと充分な資金を確保しており、その半分以上（約 7000 万ドル）はソフトバンクからの出資である。ソフトバンクの支援を受け、Mixi や RenRen などアジア地域における SNS 市場への参入を実現させている。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

特性および日本市場との比較・ビジネス機会

1） 保有技術の特徴と優位性

- Gourmet Ranch および Zoo World のに対する熱心なフォロワーのコミュニティ
- ゲームに限らず、広告ネットワークも確立
- 以下の複数の SNS に対応：

  Facebook、mixi、RenRen

2） 顧客ベース

- 登録ユーザ数は 2 億 8000 万人
- インプレッション数は世界全体で月間 150 億回

3） 類似技術で比較対象となる日本の企業・サービス例

日本においては、ソーシャルネットワークサイト用のゲーム提供業者は、膨大な数に上る。ソーシャルゲーム業界においては、DeNA、Gree、Gloops、ドリコム等が主導的な立場にあり、活発的に開発活動を行っている。

4） 日本市場におけるビジネス機会の可能性

RockYou Asia を通じて日本語化を実現。この RockYou Asia は、日本、韓国、ロシア、中国を中心に、アジア市場における PC と携帯機器での利用を目的としたウィジェットとアプリケーション製品／サービスの開発を目指すものである。RockYou Asia 設立から数ヶ月の間に日本の Mixi、Gummy、Mobage、中国の RenRen、韓国の NATE で複数のゲームが展開された。このように、米国で大規模なユーザベースを持つソーシャルゲームを日本市場で積極的に紹介していくことができる。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

2-4. Foursquare

企業名	Foursquare	**URL**	www.foursquare.com
所在地	ニューヨーク州 ニューヨーク市	**調達資金総額（$100 万）**	71.4
設立年	2009 年	**投資家**	Andreessen Horowitz、O'Reilly AlphaTech、Union Square Ventures、Spark Capital、Jack Dorsey 氏（Twitter）
社員数	85 名	**ユーザベース（100 万人）**	10
分野	位置情報アプリケーション		

事業概要

スマートフォンの GPS 機能を利用した位置情報 SNS で、自分の居場所から Foursquare のアプリケーションを起動させ「チェックイン」すると、その位置情報がネット上で友人などに公開される。チェックインをする度にユーザポイントが加算され、バッジを獲得することもできる。2009 年、設立者である Dennis Crowley 氏がニューヨーク大学の修士課程在籍中、Dodgeball と呼ばれるこれに類似した研究プロジェクトを開発。2005 年、Google がこの Dodgeball を買収したが、Google Latitude に転換させるため、2009 年に提供を停止した。Dodgeball と同様の概念に基づいた Foursquare は、携帯機器を利用し、ネット上での SNS に留まることなく、位置情報や実際の小売店舗など現実の世界と連結させたサービスの展開を特徴としている。2011 年 6 月現在、同社の報告によると、登録ユーザ数は 1000 万人で、チェックインの回数が 10 億回（一日あたりのチェックインは 300 万回に上る）を超えている。

考慮される成功要因

Foursquare における人気の理由はゲーム感覚を持った SNS を無料で利用できる点にある。チェックインに対しては、バーチャルバッジを与えたり、ある位置での利用頻度が高まると、その場所の「市長」に任命されるなど、利用頻度の増加を促進するユニークな工夫が施されている。

現在のところ、全国展開の大手ブランドに広告掲載の許可を与え、その広告から収益を上げている。将来においては、店舗や観光スポットなど様々な場所の経営者に対し、チェックインをするユーザ向けの広告掲載を許可していくよう検討している（現在は無償）。2011 年 6 月、クレジットカード会社大手アメリカンエクスプレス（以下 Amex）との提携関係が成立。Foursquare のチェックインを行い、Amex カ

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

ードで買い物をした利用者を対象に、使用する Amex の口座に直接、特別な割引価格が反映されるプロモーションを展開している。

特性および日本市場との比較・ビジネス機会

1） 保有技術の特徴と優位性

- 熱心な支持者で構成されたユーザコミュニティ
- ゲーミフィケーション（課題の解決や顧客ロイヤリティの向上に、ゲームデザインの技術やメカニズムを利用するアプローチ）の領域では最良のサービスとして高く評価
- スマートフォンの大半に対応：
- Facebook との共有、サインイン機能に対応

2） 顧客ベース

- 登録ユーザ数は 1000 万人
- 一日あたりのチェックイン回数は 300 万回
- コマーシャルパートナー企業 ： American Express、ZAGAT、The New York Times

3） 類似技術で比較対象となる日本の企業・サービス例

ロケタッチ：店舗に「タッチ」することでその履歴が記録され、バーチャルシールがもらえる。シールの種類は膨大で、レアリティの概念などもある。iPhone、Android など各種スマートフォンやフィーチャーフォンにも対応。http://tou.ch/

コロプラ：GPS を使って移動距離を記録し、1 キロの移動毎に仮想通貨 1 プラを獲得。このプラを使って土地を広げ、木や農場、貯水池を設置し人口を増加させ、街（コロニー）を発展させていく。日本各地の店に直接行くとインセンティブを受けられる『コロカ』サービスを展開し、地元産業の活性化に繋げている。

4） 日本市場におけるビジネス機会の可能性

Foursquare は、日本語に対応しており、日本でもユーザベースを抱えているが、現在のところ、コマーシャルパートナーは持っていない。

日本においては、SNS と位置情報を組み合わせた「位置ゲー」と呼ばれるゲーム要素の強い娯楽的な位置情報サービスが注目されている。今後、地域のビジネスと連携を持たせながら、多様な産業におけるビジネス、ブランドでの有効活用が期待される。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

2-5. Causes

企業名	Causes	**URL**	www.causes.com
所在地	カリフォルニア州 サンフランシスコ市	**調達資金総額（$100 万）**	16.4
設立年	2006 年	**投資家**	New Enterprise Associates, Founders Fund
社員数	50 名程度	**ユーザベース（100 万人）**	100
分野	Facebook アプリケーション		

事業概要

社会的問題に取り組む個人や非営利組織を支援するための、オンラインプラットフォームを提供。Causes 社は、Napster 社をはじめ Plaxo 社、Facebook 社の設立を手掛けた Sean Parker 氏が共同で起ち上げた企業である。同社プラットフォームは、チャリティ、宗教、政党や立候補者など様々な社会的大儀において資金調達を支援するよう設計されている。ネット上で誰かが人道的支援活動を組成したり、これに参加した際には、その動きがニュースフィードに表示され、友人など各自のヒューマンネットワークに紹介される。支援活動に関する情報は、これを組成した人物とリクルートされた新しいユーザがこれまでに調達した資金総額などを記述したプロファイルに含まれる。また、複数の段階に分かれたマーケティングアプローチも採用。リクルートされたユーザによる調達資金は、活動を起ち上げた人物の「調達資金」の一部として定義される。新メンバーのリクルートと資金調達によってステータスが向上してくという方法は、ユーザが支援したいと思う社会活動のメンバーになるだけでなく、現在進められている活動への積極的な参加を促す要因にもなる。

Causes は、Facebook のアプリケーションとして 2007 年に提供開始。最初の一年間で 1200 万人が登録し、世界全体において 8 万件の非営利団体活動を支援した（現在は 1 億 4000 万人が参加）。現在は、Facebook と密接に統合された独立の SNS ウェブサイトとして展開されている（ユーザは、Facebook プロファイルでログインを実行するが、Facebook フレンドと全てのデータを共有することが可能）。Causes 社によると、非営利団体への寄付金は、現在までに総額 3200 万ドルを超える。同社では、それぞれの寄付活動に対する 4%の手数料と広告から収益を上げている。

考慮される成功要因

Causes Facebook アプリケーションは、Facebook プラットフォームに早期段階から参入することで、同カテゴリでは唯一の存在を確保している（当時、他の開発業者は、ポーキングのアプリやゲームの開

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

発を積極的に手掛けていた）。また、同社のアプリケーションは、Facebook の創設に携わった Sean Parker 氏との関係を上手く利用して、Facebook との強力な関係構築に恩恵を受けたものである。

Causes サイトは、非営利団体と社会貢献を目的とした企業キャンペーンに支援された社会貢献活動を応援する、という姿勢を維持している。AT&T 社の例を挙げると、不用になった携帯電話に対する意識向上を目指したクイズキャンペーンを実施。各回答に対し、The Nature Conservancy（環境保護団体）へ 2ドルの寄付が行われる。この他、自動車の運転中に携帯機器でのテキストメッセージングをしないと誓約した場合、各誓約に対し運転手の教育活動へ 2ドルの寄付も行っている。Causes は、軽量のアプリケーションに始まり、Facebook プラットフォームと共に世界全体を取り巻く社会活動を支える強力なウェブサイトへと進展を遂げた。

特性および日本市場との比較・ビジネス機会

1） 保有技術の特徴と優位性

- Facebook との密接な統合
- トランザクションと広告の両方に対応
- 以下のサイトで共有 ：
  Facebook、twitter

2） 顧客ベース

- 登録ユーザ数は 1 億 4000 万人
- 35 万件を超える非営利団体や社会貢献活動を支援

3） 類似技術で比較対象となる日本の企業・サービス例

日本市場においては、Causes の類似比較となる対象企業やサービスは、本調査では特定できなかった。

4） 日本市場におけるビジネス機会の可能性

日本においては、チャリティや非営利団体での社会貢献活動に対し、若年層の間でさらに関心が高まっている。現在のところ、Causes は日本に進出していないが、ネットユーザを主体とした福祉や社会貢献活動の展開を視野に入れている企業にとっては、画期的かつ効率的なサービスとして協業していく価値はある。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

2-6. StockTwits

企業名	StockTwits	**URL**	www.stocktwits.com
所在地	カリフォルニア州 コロナード市	**調達資金総額（$100 万）**	8.6
設立年	2008 年	**投資家**	Foundry Group, True Ventures
社員数	22 名	**ユーザベース（100 万人）**	40
分野	Twitter アプリケーション		

事業概要

StockTwits は、金融投資に関する情報を共有するマイクロブロギングサービス。自分と類似した株式取引のアプローチを持つ人物を特定し、フォローして情報を共有したり、関心のある銘柄や通貨の情報をリアルタイムで収集することができる。ユーザ側では、株価状況に関して Twitter 形式の短文メッセージを投稿する他、銘柄（＄のサインでタグ付け）、ユーザ、評判別にツィートを整理することも可能。同サービスは、一般ユーザが株式取引の専門家や投資家の動きを観察することで、投機家としての能力を向上させ、株式業界においてのステータスを確立させることを目標としている。同社では、現在、広告と契約料（注目度の高い投機家を追跡する際は有償）から収益を上げている。Tweedeck 社（Twitter が買収）や Rent.com に投資を行ったエンジェル投資家の Howard Lindzon 氏が設立した会社。同社サービスにおける月間ユニークビジター数は、6 万 2000 人とされる（出所：CrunchBase）。

StockTwits は、当初、Twitter プラットフォームのサービスとして提供開始したが、現在は独立し、Tweet に類似したプラットフォームで運営している（www.stocktwits.com）。しかしながら、Twitter との連動は現在も維持しており、多数のユーザが各自の Twitter アカウント経由でログインを実行し、Twitter プラットフォームからそれぞれのツィートを取り込んでいる。ユーザは PC とスマートフォンアプリのいずれからでも StockTwits が利用可能。現在、StockTwits には投資家をはじめプロのトレーダー、上場企業における投資家向け広報部門の担当者など 15 万人が定期的に参加している。

考慮される成功要因

StockTwits は、使い易さの点で人気が高い。メッセージがシンプルな文面で短く表示されるため、多様な情報源からの株式情報を一目で読むことができる。この他、手腕のある投機家や著名な投資家等を探し出し、これら人物の動きを検証することで、ユーザ自身の経験に役立てるなど習得ツールとしての機能も重要度が高い。株式市場や金融業界に関心を持つ人々とコミュニティに参加し、株式の最新状況や将来展望等をリアルタイムで実感することができる。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

特性および日本市場との比較・ビジネス機会

1） 保有技術の特徴と優位性

- Twitter との密接な統合
- 業界で影響力を持った人物が定期的に参加しているローヤル（忠誠心の高い）コミュニティ
- 以下のサイトと共有可能:
  Twitter、facebook、Linked in

2） 顧客ベース

- 4000 万人が閲覧
- 15 万人が定期的に参加

3） 類似技術で比較対象となる日本の企業・サービス例

みんなの株式：株に関する SNS。2007 年 4 月にβ 版で提供開始した。一般的な SNS としての機能に加え、集合知の考えをベースに株価予想を共有する仕組みも備えている。招待制ではなく、誰でも自由に閲覧できるが、株価予想等の機能を利用するには会員登録が必要。マネックス証券・カブドットコム証券と提携。現在の会員数は 27 万 3000 人、月間のユニークビジター数は 52 万人と規模が大きい。http://minkabu.jp/

4） 日本市場におけるビジネス機会の可能性

StockTwits は個人投資家に焦点を当てたサービスである。個人投資家の観点からすると、情報収集など株式取引で成功を収めるための手段には、投資を行う傾向がある。StockTwits は、実際の専門家の動きを参考にできる点に独自性と説得性がある。Twitter と株式・外貨取引はいずれも日本で人気が高く、浸透している要素を考慮すると、StockTwits は、円滑に日本市場で展開されることが予測される。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

2-7. Spokeo

企業名	Spokeo	**URL**	www.spokeo.com
所在地	カリフォルニア州 パサディーナ市	**調達資金総額（$100 万）**	<1
設立年	2006 年	**投資家**	設立者による自己投資
社員数	10 名	**ユーザベース（100 万人）**	一般公開の該当情報無し
分野	ソーシャルサーチ		

事業概要

Spokeo は、多数のオンライン／オフラインの情報原（電話のディレクトリ、ソーシャルネットワーク、フォトアルバム、マーケティング調査、メーリングリスト、連邦政府による国勢調査、不動産の物件リスト、企業ウェブサイト等）を対象としたソーシャルネットワークの集約サイトである。集約データには、人口統計、ソーシャルプロファイル、予測される土地や資産の価値に関する情報等が含まれる。Spokeo サイトで収集した全てのデータは、それぞれオリジナルの情報源からアクセスすることができる。主な特徴は、目的の情報を簡単に探せるよう、図表等を上手く利用してデータを表示している点である。Spokeo 社によると、情報収集には、高度なウェブクローラーを使用。同社の検索アルゴリズムにより、ユーザは名前、州、都市別に情報検索を行い、その結果を場所毎に体系化することができる。

社名の Spokeo は、CEO である Harrison Tang 氏と他の共同設立者らが、スタンフォード大学在籍中に考案したもの。車輪が環状で連結しいく能力を喩えた造語で、「ウェブサイトの利用により、人間同士がより身近に連結できる」といった同社技術の基本概念を反映させている。Spokeo は、元々、FriendFeed（複数のウェブサイト上で友人の最新状況が確認できるサービス）に類似したデータ集約型のソーシャルネットワークとして開発。現在では、人物の探索や身元調査等を目的とした個人、法人をターゲットとしている。サービス契約料から収益を上げている。

考慮される成功要因

人物探しに対応したウェブサイトは、決して少なくはないが、Spokeo は、ソーシャルメディアのプロファイルを検索機能に上手く統合させた少数派に数えられる。また、特定の人物に関する膨大な情報を使い易いフォーマットで体系化している点にも特徴がある。ユーザは、単純に名前やユーザネーム、電話番号、住所、メールアドレス等を入力するだけで、特定人物に関する詳細情報を入手することが可能。Spokeo のサービスは、いわゆる「電話帳の現代版」として機能するもので、人物のソーシャルネットワーキングに関するプロファイルやフォトアルバム、その他のデータが一目で確認できる。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

特性および日本市場との比較・ビジネス機会

1） 保有技術の特徴と優位性

- 独自開発の検索アルゴリズムを保有
- 使い易さを追究したインターフェース
- 40 件を超える SNS から情報集約

2） 顧客ベース

- 一般公開の該当情報無し

3） 類似技術で比較対象となる日本の企業・サービス例

あのひと検索スパイシー：民間の一般人ではなく、著名人や芸能人等を対象とした人物検索サービス。2008 年より提供開始。ネット上の大量データにおける意味を理解し、必要な情報を選出、編集、体系化するセマンティックウェブ技術を採用している。Facebook と連動。特定人物における相関図や関連性の強い他者の紹介、本人に関係のある動画等も表示される。http://spysee.jp/

4） 日本市場におけるビジネス機会の可能性

日本においては、プライバシー保護に対する規制が厳しいため、一般市民についての個人情報をウェブで調査・公開する Spokeo のようなサービスは、市場展開をする上で適切なアプローチを考案する必要がある。

米国の状況に関しては、現在のところ Facebook や Twitter に掲載された情報を Google 検索で収集することはできないが、今後、このような情報源から個人に関する詳細データを集約するサービスに対しては、大きなビジネス機会が見込まれる。これを日本に置き換えると、プライバシー保護の問題に対処すると同時に、Twitter や Mixi、ブログ等からの集約データを使った人物検索サービスは、注目の価値がある。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

2-8. Yelp

企業名	Yelp	**URL**	www.yelp.com
所在地	カリフォルニア州 サンフランシスコ市	**調達資金総額（$100 万）**	56
設立年	2004 年	**投資家**	Max Levchin（PayPal）、Bessemer Venture Partners、Benchmark Capital、DAG Ventures、Elevation Partners
社員数	150 名	**ユーザベース（100 万人）**	63
分野	Reviews		

事業概要

Yelp における主な特徴は、ユーザが特定の地域においてレストランや店舗等の情報検索ができること、他者の感想やコメントを購入などの意思決定に役立てることができる点にある。現在、ブティックからレストラン、歯科医に至るまで多様な地域情報に関するユーザレビューは 2,200 万件を超えるもので、口コミ情報に基づいた地域ガイドとしては、主導的なサービスとして知られる。この他、地域のオンラインコミュニティを構築するため、ソーシャルネットワーキング機能も備えている。

Yelp には、独自の評価システムがあり、サイト訪問者では、レビュー投稿者について最も人気の高い人、多数のユーザから意見を尊重されている人、登録会員になった時期、自身と嗜好が類似している人等を把握することができる。一方、レビュー投稿者にとっては、他のユーザからのフィードバックを閲覧する他、高い支持を受けたレビューが Yelp のサイトや地域を対象とした Yelp ニュースレターに掲載されることなどが、積極的に感想を寄せる動機付けになっている。

また、最初にレビューをした人には、First to Review 呼ばれる褒賞を与える制度もあり、レビューや地域ビジネスに対する意見を競ってサイトへ投稿する原動力にもなっている。同社は、PayPal の元社員であった Jeremy Stoppelman 氏と Russel Simmons 氏が共同で設立。起ち上げに際しては、PayPal の創設者である Max Levchin 氏が創業資金を提供した。

考慮される成功要因

ユーザにとっては、コンテンツが実際のユーザのレビューを基に構成されていること、長期的に利用するにつれ、自分の感想や意見が他者に尊重される可能性があるといった点で面白みがある。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

現在のところ、広告掲載から収益を上げている。広告掲載を希望する企業に関しては、ウェブページの企業リストに自社独自のメッセージや映像、写真のスライドショー等を掲載する他、リスティングに対するトラフィック状況の報告として広告費を請求している。

特性および日本市場との比較・ビジネス機会

1） 保有技術の特徴と優位性

- 確立されたユーザコミュニティ
- 高度に開発されたチェックイン、広告システム
- 携帯機器に対する強力なサポート
- 次のサイトと共有可能： facebook、twitter

2） 顧客ベース

- 登録ユーザ数は 6300 万人
- 投稿される感想等のレビュー数は 2200 万件

3） 類似技術で比較対象となる日本の企業・サービス例

食べログ：カカクコムが運営。一般ユーザの口コミによって日本全国に広がる飲食店の評価、紹介を行うサイト。現在までに加盟した店舗数は 68 万店舗、336 万 7000 件の口コミが寄せられている。http://tabelog.com/

4） 日本市場におけるビジネス機会の可能性

Yelp に投稿されるレビューは、欧州の言語に幾つか対応しているが、基本的には、英語を主体としたものである。また、レビューの対象となる都市も米国が大半を占めている。

日本においては、上記の食べログのように、飲食や医療機関など産業分野に特化した口コミサイトが主流であり、多様な領域を網羅してた Yelp と異なるものが多い。日本では、一元的な口コミサイトとして機能するサービスのローカライゼーションが期待される。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

2-9. Tumblr

企業名	Tumblr	**URL**	www.tumblr.com
所在地	ニューヨーク州 ニューヨーク市	**調達資金総額（$100 万）**	125
設立年	2007 年	**投資家**	Union Square Ventures、Spark Capital、Insight Venture Partners、Sequoia Capital
社員数	52 名	**ユーザベース（100 万人）**	30
分野	ブロギング		

事業概要

テキストをはじめ画像、映像、リンク、引用、音声等をユーザ各自のタンブルログ（リンクや文章の引用、写真や動画などを投稿するだけのシンプルなブログ）に投稿するためのウェブサイトと、マイクロブロギングのプラットフォームを提供。ユーザは、他のユーザのタンブルログをフォローする他、個人専用のものを作成することも可能。使い易さを重視した同サービスには、週間 680 万回の訪問があり、現在のところ、上位から 10 番目に規模の大きいソーシャルネットワークとして位置づけされている。2011 年 6 月、Tumblr におけるブログの総数が 2000 万を突破し、主導的な立場にあった Wordpress のそれを初めて上回った（現在、Tumblr のブログ総数は 3000 万を超える）。

Tumblr は、Lady Gaga、Katy Perry、Zooey Deschanel など米国では芸能人の間で人気が高い。高校を中退した若干 20 歳の David Karp 氏が、ブロギングのプロセスにおける簡素化を目指して、2007 年に立ち上げたサイトである。

考慮される成功要因

Tumblr は、簡便性に焦点を絞って考案されたサービスである。ユーザ側では、ブラウザをはじめスマートフォン、電子メールなど手段と場所を問わず誰もが簡単に操作できる点を特長とする。無償提供の同サービスは、個人化に最適な設計になっている。

ブログには、表現したいことを短く、単刀直入に投稿できるタンブルロギング、電子メールにはテキストメッセージを使用するのが望ましいという意見もある。Tumblr ユーザは、各自平均にして月間 14 件のオリジナルポスティング（投稿）と 3 件のリブログ（他のユーザがクリップしたものを閲覧し、これをそのまま自分の tumblr へ転載すること）を作成。これらポスティングの半分は写真の掲載で、残りの半分はテキスト、リンク、引用、音楽、映像等で構成されている。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

同サービスは、使い易さと視覚的なコンテンツを含むことから、特にファッション関係者の間で注目を集めている。事実、同社のブログでは、その 20%がファッションに関連した内容を掲載している。カスタマイズ化に対応したテーマや広告向けの市場で試験を実施したことはあるが、現在までのところ、具体的なビジネスモデルに関しては一般公表されていない。

特性および日本市場との比較・ビジネス機会

1） 保有技術の特徴と優位性

- シンプルで使い易いインターフェース
- 携帯機器に対する強力なサポート
- カスタマイズ化に柔軟対応
- ファッション業界、芸能界を主体に熱心な支持者のコミュニティ

2） 顧客ベース

- 登録ユーザ数は 3000 万人
- 10 番目に規模の大きい SNS サービス

3） 類似技術で比較対象となる日本の企業・サービス例

日本におけるマイクロブロギング市場の浸透率は非常に高い。中でも、Ameba や Livedoor は業界大手として知られる。

4） 日本市場におけるビジネス機会の可能性

Tumblr は、日本語表示に対応しているが、現在のところ、日本市場ではそれほど活発的なマーケティング活動を展開していない。 日本においては、マイクロブロギング市場が確立した状態にあり、認知度や利用率も高いため、Tumblr のローカライゼーションを完全に整備させ、日本の潜在顧客へ拡大させていくアプローチが考慮される。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

2-10. Miso

企業名	Miso	**URL**	www.gomiso.com
所在地	カリフォルニア州 サンフランシスコ市	**調達資金総額（$100 万）**	6
設立年	2010 年	**投資家**	Khosla Ventures, Google Ventures, Hearst Ventures
社員数	12 名	**ユーザベース（100 万人）**	一般公開の該当情報無し
分野	ソーシャル TV		

事業概要

Miso 社は、自社サービスを「テレビの視聴をソーシャル感覚でより楽しくするふたつめのテレビ画面」と定義している。テレビを見ながら感じたことを他者と共有できる iPhone、iPad、Android 搭載機器に対応したソーシャルアプリケーションを開発。好きなテレビ番組や特定のエピソードにチェックインすることで、バーチャルバッチや得点を獲得したり、視聴番組に対する感想や評価を行う他、同様の番組視聴者とチャットで会話をすることもできる。ユーザの Facebook、Twitter アカウントと連動しているため、各自が視聴している番組は、即時に自動共有される。ユーザ側では、他の Miso ユーザが視聴している番組や最新の人気番組を把握することも可能。DirecTV、AT&T U-Verse との提携関係を締結。スマートフォン等の携帯機器を STB と通信可能なリモコン機能として利用し、現在視聴している番組の名前や、番組のどの部分を視聴しているかが確認できる。

Miso 社（旧社名：TweetNGo 社）は、携帯機器との連動により、テレビにソーシャルメディアの要素を取り入れた技術の開発企業に数えられる。University of Texas で情報科学を専攻した Somrat Niyogi 氏と Timothy Lee 氏が共同で設立した。広告を主体とした収益モデルを展開していく方針。

考慮される成功要因

Miso 社では、設立以来、コンテンツパートナーの拡大と提携関係の構築に取り組んできた。こうした動きに好影響をもたらしたのは、Slideshows と呼ばれる新機能の発表である。同機能は、テレビ番組と同期化されたカスタマイズのコンテンツを構築するツールとして展開。過去にテレビ番組や DVD で試みた、画面上に表示されるキャプション（字幕）や注釈のような機能に喩えられるが、Slideshows ではウェブを利用していることから、これに双方向性が加わった。また、iPhone を利用するため、テレビの映像そのものとの干渉がない。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

2012 年 2 月、HBO の放映番組『Game of Thrones』が、同社サービスと新機能 Slideshows を利用する方針を発表。ファンに対して、2011 年の最初のシーズン（テレビ番組が 1 年間のある期間に放送される際、その間に放送されるエピソードのセットを指す。日本では期と呼ばれることがある）で放映された各エピソード毎に Slideshows 機能で独自のコンテンツ作成を募集する。ファン投票によるコンテンツの中から、各エピソードについて上位 3 つのエントリーに番組からの賞品が与えられる。また、各エピソードの最多投票を獲得したコンテンツ作成者には、これ以外に特別な賞品が与えられる他、コンテンツがソーシャルメディアや Miso iOS アプリケーションで「トップピック」として紹介される。

特性および日本市場との比較・ビジネス機会

1） 保有技術の特徴と優位性

- AT&T および DirectTV のサービスと同期化
- クラウドソーシングを活用したコンテンツの作成機能（Slideshows）
- iOS／Android への対応
- 次のサイトと連動： facebook、twitter

2） 顧客ベース

- 同社プラットフォームを利用した主な放送ネットワーク： HBO、SHOWTIME、CBS、FOX

3） 類似技術で比較対象となる日本の企業・サービス例

ソーシャルテレビは、日本市場において新しい概念であり、本調査においては、Miso 社と比較対象として適切な企業は特定されていない。

4） 日本市場におけるビジネス機会の可能性

Miso 社のアプリケーションは、現在のところ英語にのみ対応しており、サービスの対象は米国内の放映番組に限られている。

日本のテレビ番組と同期化できる日本語版の開発事業で提携関係の可能性がある。但し、日本においては、テレビ会社との著作権に関する規制や合意条件等を明確にする必要がある。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

2-11. Digg

企業名	Digg	**URL**	www.digg.com
所在地	カリフォルニア州 サンフランシスコ市	**調達資金総額（$100 万）**	45
設立年	2004 年	**投資家**	Greylock Partners、Omidyar Network、Marc Andreessen、Reid Hoffman（LinkedIn）、Maples Investments、Highland Capital Partners、SVB Financial Group、Ron Conway 氏（エンジェル投資家）
社員数	35 名	**ユーザベース（100 万人）**	7
分野	ソーシャルブックマーキング		

事業概要

ユーザ主体型のソーシャルコンテンツで構成されたウェブサイト。Digg 上のコンテンツ（テーマやトピックに沿って記述したような記事形式）は、全てユーザが投稿するものである。ユーザは、投稿記事の中から最も気に入ったものを選択する（同サイトでは、このアクションを「Digg」と呼んでいる）。多数の Digg を受けた記事は、サイト訪問者にも閲覧できるよう、フロントページに掲載される。

2004 年 11 月、Kevin Rose 氏率いるチームが実験的に開始したサービス。提供開始当初は、広告を掲載しない設計であったが、ユーザベースの拡大に伴い、同サイトへ Google AdSense を追加するに至った。Digg における成功は、その後、Reddit（Conde Nast が買収）や StumbleUpon（eBay が買収）など多数の競合を生み出すことになった。Quantcast の予測によると、現在、米国内において Digg を訪問するユニークビジターの数は、月間 720 万人とされている。

考慮される成功要因

Digg は、ソーシャルブックマーキングの分野では、初期にスタートしたサービスに数えられ、競争の中にありながらも依然として高い支持を受けている。これは、継続的に記事を投稿する人、記事を評価する読者で構成された忠実なファンベースの土台が確立しているためである。

2010 年に発表した Digg サイトの改訂版（Digg v4）は失敗に終わったが、Kevin Rose 氏に代わり、新たに Matt Williams 氏を CEO に迎え、回復に向かい始めている。その動きのひとつとして、2011 年 9

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

月、新しいソーシャルブックマーキングサイト Newswire（リアルタイムのニュースが主体）、Newsroom（ニュースカテゴリにフォーカス）の提供を開始した。

特性および日本市場との比較・ビジネス機会

1） 保有技術の特徴と優位性

- ロイヤリティの高いコミュニティ
- 独自開発によるコンテンツのランキングシステム
- オープン API
- 以下に挙げるサイトとの統合：
  facebook、twitter、Quora

2） 顧客ベース

- **登録ユーザ数：700 万人**

3） 類似技術で比較対象となる日本の企業・サービス例

日本のソーシャルブックマーキングサイトにおいては、リーダー的存在。現在、登録ユーザは 40 万人。PC に保存したブックマークサイトをスマートフォン等の携帯端末で利用、管理、共有できるサービス。ネット上で話題になっているテーマの他、政治・経済、IT 技術など多様な分野の情報収集もできる。

Twitter 連携機能では、ブックマークの実行時、「Twitter に投稿」の欄に入力するのみで、記述したコメントと自動的に短縮された URL が Twitter に投稿される。 http://b.hatena.ne.jp/

4） 日本市場におけるビジネス機会の可能性

Digg サービスは、日本語に対応しており、日本のユーザも存在する。

日本でのユーザベース拡大においては、日本のサイトや地方各地の広告へ Digg サービスを積極的に展開していく手段が考慮される。一方、Digg の日本市場における展開では、主導的立場にあるはてなブックマークや他の類似サービスに対し、明確な差別化を打ち出していく必要もある。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

2-12. Slideshare

企業名	Slideshare	**URL**	www.slideshare.net
所在地	カリフォルニア州 サンフランシスコ市	**調達資金総額（$100 万）**	3
設立年	2006 年	**投資家**	Venrock Capital および複数のエンジェル投資家
社員数	40 名	**ユーザベース（100 万人）**	16
分野	文書共有		

事業概要

SlideShare は、プレゼンテーションの共有に焦点を絞ったコミュニティサイトであり、「プレゼン業界の YouTube」の通称で広く知られる。個人、法人のいずれにおいても PowerPoint、PDF、KeyNote、OpenOffice で作成されたプレゼンテーションを自由に公開、共有することが可能。関心のあるトピックに関連したプレゼンテーションを探すことができる。ユーザ側では、タグ付けしたプレゼンテーションをダウンロードしたり、これを自身のサイトやブログに組み込むことも可能。また、各自のプレゼンテーションをプライベート公開することもできる。SlideShare サイトは、類似した関心を持つ会員同士が、グループ参加によって関係構築するよう設計されている。 同サイトは、スライドのホスティングサービスとして展開しているが、この他、様々な文書や PDF、動画、音声も含むウェビナー（ウェブ上で開催されるセミナー）にも対応している。文書公開においては Facebook アプリケーションを展開。スマートフォン用のアプリもある。

同社技術は、本来、社員の間で簡単にスライドを共有できる手段として、Rashmi Sinha 氏と Jonathan Boutelle 氏が共同で開発したものだが、ビジネス目的に留まらず、娯楽的な要素も含め大量のスライドが公開されるようになり、その結果、現在のホスティングサービスへと拡大していった。2011 年 2 月、ネット上でプレゼンテーションを公開すると同時に、ユーザが実際のプレゼンテーションを音声・動画で放映できるソーシャルウェブコンファレンス機能 ZipCast を発表。ZipCasts では、内蔵のチャット機能を利用して、プレゼンテーションの間に他のユーザと意見交換などのやり取りもできる。

同社によると、Slideshare サイトにおける月間ユニークビジター数は 6000 万人、登録会員数は 1600 万人とされている。政府機関での利用も目立ち、代表的なものではホワイトハウス、NASA、ユタ州の他、World Economic Forum、O'Reilly Media、技術系大手では Hewlett Packard 社や IBM 社などもある。現在のところ、広告とプレミアムサービスの契約料から収益を上げている。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

考慮される成功要因

Dave McClure 氏をはじめ著名な投資家である Mark Cuban 氏、Guy Kawasaki 氏（アドバイザー）などインターネット業界における多数の有識者から支援を受けてきた。また、あらゆる文書を取り扱う競合の Scribd 社に対し、早期からプレゼンテーションに焦点を絞ったサービス展開で差別化を図ったことも今日の成功に影響をもたらした。

この他、プレゼンテーションの共有を日常的なタスクとする企業の間では、新機能の ZipCast（事業概要の欄を参照）で更に使い易くなったとして、高く評価されている。ソーシャルメディアとの統合を早い時期から実現させたことで、同社サイトの認知度が迅速に高まった。

特性および日本市場との比較・ビジネス機会

1） 保有技術の特徴と優位性

- 確立したユーザコミュニティ
- 大手企業や政府機関など社会的影響力のあるユーザが参加
- ウェブコンファレンス機能（動画と音声で臨場感のあるプレゼンに対応）
- モバイル対応
- Facebook アプリケーション
- 以下のサイトと共有可能:
  facebook、twitter、Google+、Linked in

2） 顧客ベース

- 登録ユーザ数：1600 万人
- 月間のページビュー数は 1 億 2000 万回
- 主要顧客: ホワイトハウス、NASA、UNICEF、国連、World Economic Forum、ユタ州などの政府機関、学術機関、Dell、IBM、HP、RIM 等の大手技術系企業、製薬会社、出版社、金融企業など幅広い産業で効率活用されている。

3） 類似技術で比較対象となる日本の企業・サービス例

Gridow（グリドー）：日本情報通信株式会社が運営。PowerPoint、PDF 等の資料と各ページに同期化された説明動画の作成・配信を行う SaaS 型のプレゼンテーション動画配信クラウドサービス。主に社内研修、講演のリアルタイム配信、製品やサービスの紹介、取扱説明書の解説などで活用される。簡

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

易版の他、コンテンツ管理機能を強化したエンタープライズ版も展開。Twitter、Facebook 等の SNS と連携できる。　http://www.niandc.co.jp/solution/gridow/

4）　日本市場におけるビジネス機会の可能性

日本におけるプレゼンテーションソフトウエアとウェブ会議ソリューションの利用は、企業を主体にこれまで以上に人気が高まっている。

Slideshare のサービスメニューは、すべて英語で表示されているが、日本でも認知度が高まりつつあり、既に利用者もある。コラボレーション技術に精通したソリューション提供企業においては、日本の文化に適応させた Slideshare の日本語版を開発することもできる。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

2-13. Grooveshark

企業名	Grooveshark	**URL**	www.grooveshark.com
所在地	フロリダ州 ゲインズヴィル市	**調達資金総額（$100 万）**	1
設立年	2006 年	**投資家**	設立者による自己投資
社員数	130 名	**ユーザベース（100 万人）**	30
分野	音楽共有		

事業概要

Grooveshark は、オンデマンド方式で音楽を無料視聴するためのミュージックアプリケーション。有償の契約会員に対しては、その他の機能を提供し、ユーザインターフェースから広告を排除している。ユーザでは、シングルの楽曲を視聴する他、プレイリストの保存、他のウェブサイトやブログ、ソーシャルメディアに組み込むことも可能。Grooveshark サイトのアカウントには、Android、iOS（jailbroken）、BlackBerry、HP Palm WebOS 機器に対応したモバイルアプリケーションでアクセスできる。

また、宣伝目的として同サービスを利用するアーチストやレコード会社では、専用のページを構築し、広告を展開したり、視聴者へ直接、音楽を配信している。宣伝担当者やバンドのメンバーでは、単独アーチスト、グループで構成されたアーチストに関連する全ての情報や分析データ（楽曲の視聴回数、視聴者に関する人口・地理統計データ等）を自由に閲覧、利用することができる。

Grooveshark サイトのカタログには 1500 万楽曲が掲載されており、既存のオンライン音楽配信サービスの中で最大規模を誇る。3000 万人から成る登録ユーザでは、月間 10 億件以上の楽曲ファイルを配信。Grooveshark 社は、University of Florida の現役学生 3 人が 2006 年 3 月に共同設立した新興企業。最初の 2 年間は、Sharkbyte と呼ばれるプロプライエタリの P2P ネットワークから音源を取り込み、ダウンロード対応の有料音楽サービスとして展開していた。Grooveshark 社では、楽曲が購入されると、楽曲をアップロードした人物にその時点で購入総額の一部を支払うといった独特な方法を採用。同社は、LimeWire 社など P2P ネットワークを利用した人気の高い他の音楽配信サイトに対し、合法性の高いサービス展開を差別要素として強調している。

2008 年、YouTube の基本概念に刺激を受けた同社設立者らは、アプリケーションのダウンロードを必要とせず、クリック＆プレイで簡単かつ即時に楽曲の再生を可能にすることで同社サービスにおける利便性の向上を検討。その結果誕生した新バージョンは、同社を成功に導く大きな原動力となった。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

考慮される成功要因

Grooveshark 社のサービスは、iTunes や Pandora、Spotify が対応していない領域を実現させた点に特長がある。カタログに置かれたいずれの楽曲をオンデマンドでネット視聴したり、携帯機器を利用することもできる。また、無償で利用できる点も大きな魅力である。同社では、P2P モデルを利用してこうしたサービスを実現させている。このため、全てのコンテンツが合法的というわけではない。これに対し、同社では、レコード会社とライセンス契約を結び、オンラインでコンテンツを配信する権利料を支払う等でこの問題を軽減させてきたが、これに賛同しないレコード会社の中には EMI や Sony、Warner のように訴訟を起こすケースもある（2012 年 1 月、これら 3 社が著作権侵害で Grooveshark 社を提訴した）。

合法性についての議論がなされているものの、双方向性の観点では、非常に優れたサービスである。楽曲だけでなく、個人のプレイリストも他者と共有できる機能は、YouTube の機能と類似したもので、その結果、同サービスは、急速な勢いで拡散していった。

特性および日本市場との比較・ビジネス機会

1） 保有技術の特徴と優位性

- 使い易いインターフェース
- Android、Blackberry 対応のモバイル版を展開
- 30 ヶ国語に対応
- 以下のサイトで共有可能：
  facebook、twitter、reddit、StumbleUpon

2） 顧客ベース

- 登録ユーザ数は 3000 万人
- カタログに掲載された楽曲は 1500 万曲
- 主な広告主には以下の企業がある：
  Ford、NETFLIX、GLIT Groupe、Red Bull

3） 類似技術で比較対象となる日本の企業・サービス例

Yahoo! Japan Music：Yahoo! Japan が運営する音楽配信サイト。楽曲の種類やアーチストによって無料、有料の配信カテゴリがある。「サウンドステーション」のリンクでは、インターネットラジオが無料で視聴可能。同社では、無料動画配信サービスの Gyao も運営している。いずれのコンテンツに関しても、著作権が日本国内でのみ適用されているため、海外からのアクセスは制限されている。
http://music.yahoo.co.jp/

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

4） 日本市場におけるビジネス機会の可能性

現在、Grooveshark のサービスでは、日本語のメニューに対応しており、数や種類は限られているものの、日本人アーチストの楽曲も取り扱っている。今後、著作権問題が解決すれば、日本市場の展開において提携関係の構築も可能性としてある。

Grooveshark のサービスは、「音楽を通じて人間同士の繋がり」を広げることができるという好事例でもある。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

2-14. Quora

企業名	Quora	**URL**	www.quora.com
所在地	カリフォルニア州 パロアルト市	**調達資金総額（$100 万）**	11
設立年	2009 年	**投資家**	Benchmark
社員数	34 名	**ユーザベース（100 万人）**	.5
分野	その他の SNS		

事業概要

Quora は、専門家のコミュニティで構成された Q&A に特化したサイトで、これらの参加者が編集・運営も行っている。2009 年 12 月にプライベートベータ版として提供開始し、2010 年 6 月に一般公開。Quora が集約した様々なトピックに関する Q&A について、ユーザ同士が協力しながら質問を編集したり、他のユーザが行った回答にアドバイスを加えたりするもの。2011 年 9 月には、iPhone の公式アプリケーションを提供開始。続く 12 月には、ユーザが Quora に投稿された Q&A に加え、ウェブリンクやその他のコンテンツを統括できる Boards 機能も発表した。Quora に投稿された質問は、ユーザの Facebook／Twitter のフォロワーとも共有できる。

Facebook の元社員であった Adam D'Angelo 氏と Charlie Cheever 氏が共同で設立。D'Angelo 氏は「Q&A を取り扱うサイトは多数存在するが、優れたものは見当たらない」として、Facebook を離職し、同社設立を目指した。同社におけるビジネスモデルでは、広告料の他、指定された専門家による有料回答から収益を上げている（Quora は回答料の一部を徴収）。

考慮される成功要因

Quora は、主に、任意のユーザではなく、テーマ別の質問事項に専門家が回答を与える点で評価を受けており、これが高い人気に繋がっている。Quora では、従来の類似サイトに対し、インターネット上の情報と専門家の知識を上手く組み合わせることで、差別化を図っている。同サービスのユーザの間では、迅速かつ効果的に回答を得られる点が評価されており、高い再利用率に要因となっている。また、シンプルな投票方法を採用し、使い易い設計であることも同サイトの効率性を引き上げている。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

特性および日本市場との比較・ビジネス機会

1） 保有技術の特徴と優位性

- 専門家の知識を集約した参加者コミュニティの確立
- 有識者が構成・運営する Boards 機能の展開
- モバイルおよび動画に対応
- 次のサイトで共有可能：facebook、twitter

2） 顧客ベース

- 登録ユーザ数は 50 万人
- Quora における著名な参加者：

  芸能人

  -Ashton Kutcher

  -JJ Abrams（映画監督・著者）

  -Jason Segel

  実業界・起業家

  -Mark Zuckerberg（Facebook 創設者）

  -Steve Case（AOL 共同設立者）

  -Mark Cuban（投資家）

  -Craig Newmark（Craigslist 創設者）

  政界

  -Cory Booker（ニュージャージ集ニューワーク市長）

  -Larry Summers（経済学者）等

3） 類似技術で比較対象となる日本の企業・サービス例

Adviner：実名登録を基本とし、ユーザーの専門性に焦点を絞った Q&A サイト。質問者からコミュニケーションを発信する他の Q&A サイトに対し、回答者となるユーザが相談窓口を開設し、他のユーザーからの質問を集約する点が特徴。回答者は良質な回答をすることで周囲から評価を受け、専門分野における優秀なアドバイザーとしてステータスを確立することができる。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

2011 年8月にベータ版公開し、同 10 月に正式リリース。現在の登録会員数は 1000 人超、アドバイザー数は約 200 名。相談内容は無料のものは公開、有料のものは非公開。2012 年 2 月より有料制の Q&A サービスを開始した。http://adviner.com/

4） 日本市場におけるビジネス機会の可能性

米国同様、日本においても有識者や専門家のネットワークの必要性は高く、多数の企業では、市場調査に投資を行っている。

Quora では、基本的な質問に対し、低コストで回答を得る手段として認知度が高い。現在のところ、日本語には対応していない。

日本市場においては、Quora の日本語版、あるいは同サイト上での回答を日本語化したサービスへの需要が今後期待される。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

2-15. FlipBoard

企業名	FlipBoard	**URL**	www.flipboard.com
所在地	カリフォルニア州 パロアルト市	**調達資金総額** **（$100 万）**	60.5
設立年	2010 年	**投資家**	Comcast Ventures, Kleiner Perkins Caufield & Byers, Index Ventures, Insight Venture Partners
社員数	25 名	**ユーザベース** **（100 万人）**	5
分野	コンテンツ集約		

事業概要

iPad および iPhone 対応のソーシャルマガジンアプリケーション。利用者では、Facebook や Twitter 等のソーシャルメディアネットワークで出版されたコンテンツから独自のデジタルマガジンを作成する他、New Yorker、National Geographic、Engadget（技術系ブログ）に代表される約 60 件の出版業者から読者にカスタマイズしたコンテンツを組み入れることが可能。iPad 上で無料雑誌のようなアプリケーションに一括集約されたコンテンツは、ページをめくる感覚で閲覧することができる。また、コンテンツはいずれもソーシャルネットワークで共有可能。FlipBoard 社では、FlipBoard アプリケーションに表示される出版業者と広告収益を共有している。

2010 年 7 月にサービス提供を開始。現在、500 万人のユーザベースを持つ。起業家として知られる Mike McCue 氏（同氏が設立した TellMe 社は、2007 年に Microsoft 社が 8 億ドルで買収）と iPad の開発者であった Evan Doll 氏が共同で設立。両氏によると「白紙の状態からウェブを設計するとしたら、どんなものができるのか」について意見交換をする中で、同社技術の基本概念が生まれた。ディスカッションの末、ソーシャルウェブの特性と、雑誌のようなフォーマットでコンテンツを集約できる機能に焦点を当てた設計を考案。同社を支援するエンジェル投資家には、Twitter の Jack Dorsey 氏やハリウッド映画スターの Ashton Kutcher 氏等がある。

考慮される成功要因

FlipBoard アプリケーションに対する人気は、急速な勢いで高まっている。ユーザが iPad や iPhone の画面上を指で滑らせて表示するページ数（英語ではこの操作を「Flip」と呼ぶ）は、月間 20 億ページに上る。FlipBoard は、従来のリーダーアプリケーションに対し、iPad で雑誌を読むような体験ができることから、業界の批評家の間では「iPad のキラーアプリケーション」として捉える向きもある。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

画面上のページをスムーズにめくりながら記事を読むことができる他、紙媒体の雑誌と異なり、興味のある記事や写真等のコンテンツをワンタッチで他者と共有できる点に大きな特長がある。同アプリケーションは、Twitter と Facebook 上でも読み易いフォーマットで表示される。

特性および日本市場との比較・ビジネス機会

1） 保有技術の特徴と優位性

- リッチメディアにおける高度な表示技術
- 低レイテンシ
- iPad と iPhone の両機器に対応
- 使い易さを追究し、ユーザーインターフェースは「楽しい感覚」を重視

2） 顧客ベース

- 現在までのダウンロード回数は 500 万回
- 60 件の出版業者と提携

3） 類似技術で比較対象となる日本の企業・サービス例

現時点で、日本において FlipBoard と比較される適切なソーシャルマガジン企業は、本調査では特定されていない。iPad 向け eReader は、既に日本語に対応しているが、FlipBoard の特徴でもあるソーシャルメディアとの連動機能は展開されていない。

4） 日本市場におけるビジネス機会の可能性

Flipboard は、中国において次に挙げるソーシャルメディア大手 2 社との提携関係を通じて活発的に事業展開を行っている。Flipboard の中国語版では、Sina Corp.運営の Weibo（米国の Twitter に類似した大手マイクロブロギングサイト。急成長を遂げている）、Renren Inc.,（中国で最大規模のソーシャルネットワーキングサイト）からのコンテンツを組み入れている。

日本においても、Mixi や大手出版業者からのコンテンツを取り込み、ローカライゼーションを実現すれば、これと同様のビジネス機会は充分期待される。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

2-16. bitly

企業名	bitly	**URL**	www.bitly.com
所在地	ニューヨーク州 ニューヨーク市	**調達資金総額（$100 万）**	15
設立年	2008 年	**投資家**	AOL Ventures, betaworks, O'Reilly, AlphaTech Ventures, Founders Fund, SoftTech VC
社員数	17 名	**ユーザベース（100 万人）**	200（日刊）
分野	短縮 URL		

事業概要

URL の短縮、共有、追跡に対応した Bit.ly サービスを提供。URL の表示を短縮化することで、特に、入力スペースが限定されている Twitter（最大 140 文字）などのサイトで利便性を図ることができる。同サービスは、モバイル版も含む bitly のウェブサイト、ブックマークレット（bookmarklet：JavaScript で記述されたプログラム。一般的に、ウェブブラウザのブックマークに登録して使う）で利用可能。また、サードパーティが提供する複数の人気 Twitter ツール（Tweetdeck 等）にも統合されている。ユーザでは、bitly 経由で共有されたリンクを通じて、一貫したリアルタイムのトラフィック状況と解析データが閲覧可能。Bitly では、URL の短縮化に加え、企業顧客向けに解析サービスも提供している。ウェブ発行人や企業ブランドにおいては、展開する製品・サービスを取り巻くソーシャルメディアトラフィックの分析に役立つものとして注目が高まっている。Bit.ly の売上は、3000 社の企業と 1000 人の個人登録ユーザ（活発的なブロガー等）が利用する Bit.ly Pro Account（プロアカウント）からの収益を主体としている。

同社の説明によると、日刊にして 2 億以上のショートリンクがクリックされ、リンクの短縮サービスによってデコーディングされている。Bit.ly は、これまで Twitter でデフォルト設定された URL 短縮サービスであったが、それを停止した現在も着実に成長を続けている。

2010 年 9 月現在、クリック（またはデコーディング）された bit.ly リンクは、60 億近くに上る。これより半年前の時点では、34 億リンクであった。2010 年 10 月、ユーザ側で QR コードを自動的に生成できるようになったと公式発表。携帯機器における QR コード読み取り機能でコードをスキャンすると、短縮されたリンクへと自動的にディレクトされる。Bitly を運営する Betaworks 社は、Summize 社（2008 年 7 月に Twitter が買収）など Twitter 関連の新興企業におけるインキュベータである。この Summize 社は、Twitter のアーリーステージで投資を行い、アドバイザーも務める Chris Sacca 氏と Ron Conway 氏に支援を受けている。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

考慮される成功要因

Bitly は、2009 年 5 月、それまでの TinyURL に替わり、Twitter のデフォルト設定として URL 短縮サービスを展開したことが大きな転機となった。現在、このデフォルト設定としてのサービス展開はしていないものの、New York Times（nyti.ms の短縮 URL を使用）や Pepsi（pep.si）に代表されるプロアカウントの契約ベースを拡大しながら、引き続き成長を図っている。利用者の間では、一貫した報告機能を備えたトラッキングサービスへの評価が高い。これらの解析機能を活用する企業顧客やブロガーでは、コンテンツの閲覧状況を詳細に把握することができる。

特性および日本市場との比較・ビジネス機会

1） 保有技術の特徴と優位性

- URL の追跡と解析技術
- カスタマイズ対応の URL 短縮化
- モバイル版、およびブックマークレットに対応
- Tweetdeck との統合
- 以下のサイトと共有：
  facebook、twitter

2） 顧客ベース

- 一日にクリックされる Bit.ly リンクは 2 億に上る。
- カスタマイズされた 1 万件の URL に対応

3） 類似技術で比較対象となる日本の企業・サービス例

短く.jp：2008 年 4 月提供開始。地図サイトや検索エンジンの結果リンク等で指定される URL をサイトフォームに入力し、専用 URL に短縮する無料サービス。URL のコピー＆ペースト作業を省略し、短縮 URL を生成するブックマークレット機能も提供。閲覧ページを開いたままワンクリックで URL を短縮できる。近年スタートした「短く Twitter ブックマークレット」では、閲覧ページの短縮 URL を自動的に Twitter の投稿フォームに入力し、コメント等を追加して投稿・公開できる。収益モデルは、主に法人向けマーケティングソリューション、プレビューページ上での広告展開や従量課金サービス等を計画。Twitter 連動企画として、旅行会社との協業も検討している。同社によると、不動産物件の紹介に利用する業者を主体とするが、携帯コンテンツ事業者も利用頻度が高いとしている。http://mijikaku.jp/

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

4） 日本市場におけるビジネス機会の可能性

URL の短縮化は、ソーシャルメディア業界において、重要な要素を成す技術である。この技術の活用により、ウェブ発行人や企業では、ユーザにおけるウェブコンテンツの利用方法を把握することが可能になる。

Bitly は、現在のところ日本に進出していない。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

2-17. HootSuite

企業名	HootSuite	**URL**	www.hootsuite.com
所在地	カナダ（バンクーバー）	**調達資金総額（$100 万）**	4.9
設立年	2008 年	**投資家**	Blumberg Capital, Hearst Ventures, Millennium Technology Value Partners
社員数	60 名	**ユーザベース（100 万人）**	3
分野	マーケティング		

事業概要

HootSuite は、ウェブを利用した安全なダッシュボードから、企業組織が複数のソーシャルネットワークにおけるキャンペーンを共同で実行するための、ソーシャルメディア管理システムである。企業ユーザでは、マーケティングキャンペーンを開始し、ターゲットの特定とその規模を拡大させながら、的確に宣伝メッセージを伝達することができる。この他、スケジューリングと業務の割り当てを行うワークフロー機能も搭載。ユーザ側では、複数のコラボレーターを招待し、ソーシャルネットワーキング用のプロファイルを安全に管理する他、解析ツールを利用して、カスタマイズのレポートを作成することもできる。連動する主なソーシャルネットワークには Facebook、Twitter、LinkedIn、Google+、Foursquare、MySpace、WordPress 等がある。同社サービスにおけるソーシャルメディアアプリケーション機能（HootSuite Apps）を通じて YouTube、Flickr、Tumblr に寄稿することも可能。オンライン版の他、スマートフォンアプリも備えている。

本来、Invoke Media 社が開発したサービスであったが、後にスピンオフで独立。機能性などによって無料版、有料版がある。HootSuite 社は、複数の企業買収によって成長を遂げてきた。近年においては、Keeper.com（ツィートのアーカイブサービス）、SwiftApp（HootSuite の Android 対応版）、Geotoko（位置情報サービスを利用したターゲット宣伝技術）、 TwitterBar（現在、HootBar として展開）等の買収で自社サービスの機能拡大・向上を図っている。HootSuite は、日本語、スペイン語、フランス語、イタリア語に対応している。

考慮される成功要因

Hootsuite は、2011 年末の時点で 1000 万ドルの売上が予測されており、収益黒字を出している。同社の好業績は、主に、ソーシャルメディアにおける自社ブランドの管理技術として HootSuite を有効活用する B2C 企業に恩恵を受けたものである。HootSuite 社では、社内の複数の人物に対しソーシャル

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

メディア資源へのアクセス権を与えることで、これらの担当者が投稿や応対、キャンペーン活動に関して連動したり、スケジュール調整を行えるよう様々な企業ニーズに対応している。この他、Facebook Insights、Google Analytics と連動していることや、高度な解析機能を搭載している点も高く評価されている。

特性および日本市場との比較・ビジネス機会

1） 保有技術の特徴と優位性

- 携帯機器に特化したアプリケーションの展開
- 高度な解析技術
- 多言語でのローカライゼーション
- 以下のサイトと連動：
  Twitter,Facebook, Facebook Page, Linkedin, Ping.fm, WordPress, MySpace, Foursquare, mixi

2） 顧客ベース

- 登録ユーザ数は 300 万人
- 主な企業顧客：FOX, TIME, PEPSI, NBA

3） 類似技術で比較対象となる日本の企業・サービス例

Beat Shuffle：Beat Communication 社が開発。2011 年 10 月、企業間での連携やソーシャルアプリケーションの追加が可能な社内 SNS として提供開始。セキュリティ機能を強化させ、導入企業の課題や要望に柔軟に対応した SNS 一括管理ツールとして展開している。サーバを停止させずに機能の追加や拡充が可能。ユーザー管理等の基本機能はフレームワーク側に実装。モジュール化しているため、フレームワーク自体のカスタマイズもできる。Open Services Gateway Initiative にを基盤に構築。ユーザー数 100 名程度からの企業に焦点を当てている。API は 2012 年に公開を予定。

http://beat.co.jp/

4） 日本市場におけるビジネス機会の可能性

HootSuite は、提携先の Digital Garage（日本における Twitter の代理店）を通じて日本市場で展開されており、ソーシャルメディアを有効活用するユーザの間で話題になりつつある。

HootSuite 社では、日本市場における顧客のニーズに見合うよう、日本語でのサポートや Mixi、日本製の携帯電話にも対応したサービス（ベータ版）を展開している。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

2-18. Marin Software

企業名	Marin Software	**URL**	www.marinsoftware.com
所在地	カリフォルニア州 サンフランシスコ市	**調達資金総額（$100 万）**	80
設立年	2006 年	**投資家**	Amicus Capital, Benchmark Capital, DAG Ventures, Focus Ventures, Crosslink Capital
社員数	300 名	**ユーザベース（100 万人）**	>1（1500 社全体）
分野	広告		

事業概要

Marin Software 社では、広告活動の管理用ソリューションを開発。様々な規模の広告会社や代理店向けに検索、ディスプレイ、ソーシャル広告の管理を行う統合型のプラットフォームを提供している。主力製品 Marin Enterprise は、月間 10 万ドル以上の広告費を支払っているオンライン広告業者におけるニーズに対応。一方、Marin Professional は、検索サービスに月間 10 万ドル以下の費用を支出している企業に最適化された製品である。同社によると、現在、世界 160 カ国 1500 社以上の企業で導入実績を持つ。これらの企業における年間の広告支出は、総額 35 億ドルを超えるものとされている。

同社ソリューションは、Facebook と連動。Facebook 広告の運用に必要なキャンペーン作成機能の他、ユーザーに関する人口統計情報、「いいね！」、関心事などの要素別に運用状況を確認することができる。広告作成の自動ローテーション機能など、Facebook 広告を最適化するための機能も搭載。この他、検索やディスプレイなど他の広告と一元管理することで、Facebook 広告単体に限らず、オンライン広告に関する総体的な運用状況も確認できる。SaaS 型のソリューションとして提供。顧客に対しては、広告支出額の一部を課金している。

考慮される成功要因

同社では、検索エンジン広告プロセスを単一のダッシュボードに統合させることで、革新性のある技術を生み出した。従来、企業や広告代理店においては、Google や Bing、Yahoo、Facebook の内部で独立したキャンペーンを展開する必要があったが、同社ソリューションでは、全タスクの一元管理を実現。多様な検索エンジンと Facebook 広告におけるパフォーマンスの確認ができる点も強みである。

ニューヨーク、シカゴの他、ロンドン、上海、シンガポール、シドニーに海外拠点を開設していることは、同社における企業としての急成長振りを示唆するものである。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

特性および日本市場との比較・ビジネス機会

1） 保有技術の特徴と優位性

- 中央管理による検索エンジン広告
- 高度な追跡・解析技術
- 広告の自動ローテーション機能
- Facebook と連動

2） 顧客ベース

- 導入企業は 1500 社
- 主要顧客: Experian, macy's, PETCO, GRAUBGER, sales force software

3） 類似技術で比較対象となる日本の企業・サービス例

transcosmosDSP：2011 年 10 月、トランスコスモス社では、ウェブページに表示するディスプレイ広告の一元管理プラットフォーム transcosmos DSP を提供開始。従来におけるメディアの広告枠を固定費で購入する方法に対し、同サービスでは、広告の露出回数あたりの適正価格を判断して入札する。アクションを起こしたサイト閲覧者の行動データから嗜好を推測し、ディスプレイ広告の 1 インプレッションに対してリアルタイムに入札を行う。効果が見込まれる露出を即時判断して配信し、広告効果を向上させる。広告の閲覧時はクリックしなかったが、後のサイト訪問時に購入や登録を行うビュースルーコンバージョンを可視化する。購入時、サイトに訪れたラストクリックとその直前の行動が確認できる。

http://www.trans-cosmos.co.jp/digitalmktg/internet/dsp.html

4） 日本市場におけるビジネス機会の可能性

日本の企業ブランドは、米国と同様、検索エンジンとソーシャルメディアにおける問題に直面している。こうした状況を把握した Marin 社では、近年、アイレップ社との提携関係を通じて、日本市場で Marin Enterprise Edition を提供開始した。Mixi を筆頭に日本で誕生した人気 SNS が多数存在することから、今後、こうした広告運用プラットフォームに対する需要はさらに強まっていくものと予測される。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

2-19. Payvment

企業名	Payvment	**URL**	www.payvment.com
所在地	カリフォルニア州 パロアルト市	**調達資金総額（$100 万）**	8
設立年	2009 年	**投資家**	Sierra Ventures, BlueRun Ventures, 500 Startups
社員数	50 名	**ユーザベース（100 万人）**	1
分野	ソーシャルコマース		

事業概要

Payvment は、企業ブランドや販売業者が Facebook 上で店舗を開設するためのアプリケーション。8 億人の Facebook ユーザを対象に、現在、10 万件を超える販売者が 240 万以上の商品を展開している。同アプリケーションでは、ベンダ側で出展商品、製品のカテゴリ（靴、T シャツ、セーター等）を設定する他、商品イメージの取り込み、サービスや配送に関する規約の記載等を自由に行うことができる。Payvment は、全ての取扱商品を販売する中小企業での利用を主体とするが、大手企業も多数参加している。こうした大企業に対しては、製品情報を Payvment にプラグインできるよう、プログラミングに対応したインターフェースを備えている。

Facebook 上の買い物客は、Payvment Shopping Mall（訪問者は製品や小売業者に関して「いいね！」評価を行ったり、販売業者の専用ページで商品検索ができる。以下 Mall で表記）で商品の閲覧、購入を行う。この Mall は、ユーザや友人が「いいね！」評価を行った商品を表示するなど個人化の要素もある。この他、Facebook のユーザは、各自のニュースフィードに対して商品や販売業者などコメントを投稿することもできる。近年、同サービスには「Want（欲しい!）」、「Own（持っている!）」ボタンが追加された。今後、購入したいと思っている商品を友人間で公開したり、購入を検討している商品について、既にそれを持っている友人と会話をするといった機能である。無料版、有料版の両方で展開。Facebook のマーケティングコンサルタントを務めていた Christian Taylor 氏が起ち上げた企業。

考慮される成功要因

Payvment 社によると、現在、同サービスでは、Facebook 上で取引される E コマースの 80%を管理している。おねだりリストの作成用として新たに追加された「Want」と「Own」ボタンは、Facebook ユーザ間の共有を通じて、購入活動をさらに活性化させるものと期待されている。大手企業も多数参加しているが、最も積極的に利用しているのは中小企業である。これは、Amazon や自社の E コマースサイトに比べ、実に簡単な方法でオンライン店舗を開設できるためである。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

特性および日本市場との比較・ビジネス機会

1） 保有技術の特徴と優位性

- 簡単な設置プロセス
- Facebook Open Graph Integration 技術の採用
- 高度な解析技術

2） 顧客ベース

- 現在、Facebook における Shopping Mall アプリケーションの利用顧客は 100 万件

3） 類似技術で比較対象となる日本の企業・サービス例

カラーミーショップ：GMO インターネットの子会社 paperboy&co が運営。ネットショップの構築用アプリ。運営費として月額 875 円を課金。30 日間を無料試用が可能であり、初めてネットショップを開設する販売業者にとっては、利点となっている。「欲しい！」ボタンを通じて、ウォール投稿を促すと同時に友人への拡散効果を図っている。Epsilon によるクレジットカード決済の他、代引き、Yahoo！ウォレット、コンビニ払い、BitCash が月額無料で利用できる。NP 後払いも選択肢にあるなど支払い方法の環境が整っている。http://shop-pro.jp/

4） 日本市場におけるビジネス機会の可能性

Payvement は、現在のところ英語にのみ対応しており、北米と英国を拠点としたベンダに限定してサービス展開されている。

日本市場では、Payvment に類似したサービスが幾つか存在しているが、同サービスにおける設置方法の簡便性は大きな魅力である。現在は、対象国が限られているが、今後、Payvment における海外市場への拡張が検討されるようになれば、それを契機に日本語版の展開で提携事業が期待できる。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

2-20. Visible Technologies

企業名	Visible Technologies	**URL**	visibletechnologies.com
所在地	ワシントン州 ベレヴー市	**調達資金総額（$100 万）**	57
設立年	2005 年	**投資家**	Ignition Partners, In-Q-Tel, Investor Growth Capital, WPP Group
社員数	90 名	**ユーザベース（100 万人）**	一般公開の該当情報無し
分野	監視		

事業概要

Visible Technologies 社では、ソーシャルメディアの監視および解析ソリューション（感情分析技術）を提供。主力製品の Visible Intelligence Social Media Platform は、法人向けのソーシャルメディア監視サービスで、ソーシャルメディアにおける大量データを取り扱うと同時に、社内の各部門や企業全体におけるコラボレーション、ワークフロー、統合をサポートする。クラウドを利用しているため、拡張性が非常に高い。何百万件にも及ぶツィートやブログ投稿、ソーシャルメディアにおけるコメントを解析し、より優れたコミュニケーションプランの構築を図る。例えば、同プラットフォームでは、データ収集、不要データの排除、ソーシャルメディアで影響力を持つ人物の評価に加え、投稿記事からユーザの感情（気持ち）を解析することもできる。

Visible Technologies 社は、契約企業に対し SaaS 型のクラウドサービスを展開。First Data Corporation 社の前社長であった Kelly Pennock 氏が設立した企業である。

考慮される成功要因

同社は、単独企業の Facebook ページに留まらず、多様なソーシャルメディアの大量な非構造化データの解析機能を展開し始めた 2010 年、大きな転機を迎えた。2011 年 9 月には、同年上半期における売上が、2010 年下半期比で 71%の増加を見せ、過去最高の数字を記録したと発表。幅広い産業において大手から中小企業まで多数の導入実績がある。これら導入企業の間では、同社におけるデータの質および整合性、高度な解析機能に対して評価が高い。また、ソーシャルメディアでの会話から派生した質問に対し、迅速な回答が得られる点も魅力とされている。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

特性および日本市場との比較・ビジネス機会

1） 保有技術の特徴と優位性

- ソーシャルメディア内部の会話における大量の非構造化データを監視
- 革新性の高い解析と顧客の見識検証機能
- 感情の自動解析技術
- 右の企業の CRM と連携：ORACLE, Microsoft Dynamics CRM

2） 顧客ベース

Office Depot, DIRECTV, Microsoft, Xerox, Dr Pepper Snapple Group Boost Mobile, Autodesk, Vail Resorts, Burson-Marsteller, Razorfish, Group M, Wunderman Network, Tribal DDB Worldwide, WPP, John Lewis, Spring Creek Group, Blanc, Otus, AMEX, FedEx, Walgeens, Young and Rubicam

3） 類似技術で比較対象となる日本の企業・サービス例

感゜Report：NEC ビッグローブが運営。特定キーワードがネト上でどのように書かれているかを分析し、話題の商品やトレンド、特定商品やサービスの市場の評価を分析・可視化する機能を ASP として提供しているサービス。従来の分析対象はブログが主体だったが、近年、ツイッターを加え、先進的な企業を対象にキャンペーンやブランド意識・トレンドの把握を目的に展開している。ブログやツイッターの定点観測データを数値化し、感情を表現する言い回し等の分析ツールとして評価されている。
http://kandoreport.jp/

4） 日本市場におけるビジネス機会の可能性

Visible Technologie 社のサービスは、現時点では日本語に対応しておらず、アジア市場にも進出していない。特に、日本で認知度の高い Oracle 社、Microsoft 社の CRM ソリューションと連動していることから、同市場では短期間でサービス展開を実現できる可能性がある。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

2-21. ZenDesk

企業名	ZenDesk	**URL**	www.zendesk.com
所在地	カリフォルニア州 サンフランシスコ市	**調達資金総額（$100 万）**	25.5
設立年	2007 年	**投資家**	Matrix Partners, Benchmark Capital, Charles River Ventures
社員数	130 名	**ユーザベース（100 万人）**	20（世界全体における 1 万社の企業）
分野	顧客サービス		

事業概要

Zendesk 社では、企業が顧客サービスを目的とした独自のポータルサイトを構築するよう、SaaS 型ヘルプデスクソフトウェアを提供。Zendesk 社のソリューションは、目的に絞り込んだ最小限の機能を搭載し、洗練された設計で知られる。既存のウェブサイトとシームレスに統合できる RoR（Ruby on Rails）を使った展開が可能。主な特徴には、クラウドを利用したメールベースのチケット作成*、オンラインフォーラム、RSS フィード、タグを利用した類別化、ウィジェット等がある。この他、同社では、iOS と Android 搭載機器に対応したモバイル専用のネイティブアプリケーションも提供している。同社サービスは多言語に対応しており、2011 年 12 月現在、英語の他にフランス語、ドイツ語、イタリア語、日本語、韓国語、ポルトガル語、スペイン語、中国語（簡体字中国語も含む）で利用できる。

2010 年に API を公開し、他のソーシャルメディアおよび CRM との統合機能を追加するようになった。Twitter との密接な連動により、Zendesk サービスのユーザは、ツィートを Zendesk Ticket*（チケット：顧客からの質問、要望、苦情に関する情報の履歴をアーカイブして画面表示するもの）に転換することができる。この他、Zendesk プラットフォームから Twitter 上の苦情へ公的に対応したり、プラットフォーム内部で発生した Twitter での会話をすべて記録することもできる。これと同様のアプローチで、Facebook に対応した Zendesk では、ウォール投稿の会話をチケットに転換させることで、情報の収集、追跡、顧客対応の作業が簡素化される。また、Salesforce とは二方向で連動。Zendesk チケットは、Salesforce における顧客の記録情報の内部に表示されるが、これと同様のものが Zendesk でも確認できる。同社では、SaaS への契約料から収益を上げている。

考慮される成功要因

2011 年初頭の公式発表では、同社における 2010 年の売上は前年比 300%増を記録し、導入企業数は 5000 社に達したと報告されていた。2012 年 1 月現在、導入実績はその 2 倍に当たる 1 万社に拡大。こうした急成長振りには、簡単に利用できる設計、拡張性、従来のシステムに比べ安価であること等が主な要因として考慮される。また、導入企業では、Zendesk のポータルサイトにおいて、ソーシャ

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

ルメディアを含む顧客とのコミュニケーションに対応できることから、セールスポイントとしての統合機能は、さらに重要性が高まっている。

特性および日本市場との比較・ビジネス機会

1） 保有技術の特徴と優位性

- 直感的な感覚で簡単に利用できるユーザインターフェース
- 高度な拡張性
- 携帯機器への対応
- API を利用した幅広い連動：facebook, twitter, salece force software

2） 顧客ベース

- 導入企業 1 万社で 2000 万人が利用
- 携帯機器におけるダウンロード回数は 10 万回
- 主要な企業顧客：GROUPON, Rackspace, MSNBC

3） 類似技術で比較対象となる日本の企業・サービス例

クレオネットワークス社とハウコム社では、主に一般企業の企業内ヘルプデスクや IT 製品／サービス提供企業の利用者を対象にクラウド型 IT サポートにおける提携事業を行っている。その一環として、2012 年 2 月よりヘルプデスクの顧客満足度向上と管理コスト抑制に向けたクラウド型ヘルプデスクサービス BizPlatform の共同提供を開始する方針。 http://smart-stage.jp/bp/index.html

4） 日本市場におけるビジネス機会の可能性

Zendesk サービスは、既に日本語に対応しているが、現時点では、日本企業に特化した戦略で事業展開をしているという印象はない。

Zendesk は、CRM と顧客支援ソフトを専門とした日本の SIer 企業との提携に最もふさわしい技術として考慮される。Zendesk の ARI を利用し、Mixi や日本独自の CRM システムに対応することで、顧客ベースの拡大を狙うことは可能である。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

2-22. GroupSite

企業名	GroupSite（旧社名：CollectiveX）	**URL**	www.groupsite.com
所在地	メリーランド州コロンビア市	**調達資金総額（$100 万）**	2
設立年	2006 年	**投資家**	複数のエンジェル投資家
社員数	25 名	**ユーザベース（100 万人）**	一般公開の該当情報無し
分野	独自開発の SNS		

事業概要

Groupsite.com（旧社名：CollectiveX）は、Groupsites と呼ばれるソーシャルウェブサイトの構築を目的としたプラットフォーム。この Groupsites は、ユーザグループがコミュニケーションを図り、共有しながら人脈を広げることができるコラボレーションコミュニティである。オンライングループ、リストサーブ（自動メーリングリストサービス：Yahoo! Groups 等）、コラボレーションソフトウェア（Sharepoint 等）、ソーシャルネットワーク（Facebook や Linkedin 等）における最も便利な機能を統合させたサービスであり、グループの規模・構成共に多様性がある。専門家のグループであったり、友人や家族から成る小集団、プライベート、公開のいずれにも対応している。Groupsites の主な特徴には、統合型のディスカッション、カレンダー、フォーラム、ブログ、ファイル保存、フォトギャラリー、下位集団（トップレベルの Groupsite に対応した全機能が含まれる）等の機能がある。

広告収益を基盤とした Groupsite サービスの無料版では、有料版に適用される機能の 8 割が利用可能。追加のアドオン機能としては、ドメイン名のマッピング、プレミアムのブランド化（ホワイトレーベル）、統計、高度な許可制御、128 ビット対応のセキュリティ、追加のストレージ容量（250MB まで無料）等を提供している。オンラインの他、モバイル版のサービスも展開。ImageCafe.com（Network Solutions 社が 2300 万ドルで買収）で CEO を務めた Clarence Wooten 氏が創設した企業。

考慮される成功要因

Groupsite では、現在、3 万件のソーシャルメディアサイトに対応。Groupsite を使ってグループを運営する顧客の間では、従来の Yahoo Group やメールリストに比べ、より簡単にコラボレーションや人脈作りができることや、サービスにおける安全性が特に評価されている。また、専用の SNS を開設することにより、顧客側では Facebook よりも会話の内容を抑制できる他、Sharepoint のようにファイルを保存することも可能になる。導入顧客は、零細企業からクラブ活動、専門委員会、非営利団体、

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

Accenture 社に代表される大企業の社内で大学の同窓会グループを組成するなど多岐に渡る。同社の説明によると、既存の Groupsites のうち 33%が誰でも参加可能な公開サイトとして運営されている。

特性および日本市場との比較・ビジネス機会

1） 保有技術の特徴と優位性

- 携帯機器での利用に対する強力なサポート
- ファイルおよび動画共有機能
- 128 ビット対応の暗号化技術
- カスタマイズのブランド化に対応
- XML または CSV フォーマットでダウンロード可能なサイトデータ

2） 顧客ベース

- 3 万件のサイトに対応
- 主要な導入顧客:

  The Nature Conservancy National Education Association, American Bankers Association, Center for Disease Control, Monster.com, Accenture, American School Counselor Association

3） 類似技術で比較対象となる日本の企業・サービス例

ピープル:SNS を簡単に無料で作成するためのサービス。日記やフォトアルバムなどの基本機能、トピックやイベントにれ関連したコミュニティ機能、スケジュール、チャット機能等を搭載。参加者の収容人数は無制限で、サークル等の個人レベルから企業においては、個人の業務やスケジュール管理、チャット機能を使った簡易会議等にも対応する。http://sns.prtls.jp/index.html

4） 日本市場におけるビジネス機会の可能性

日本においては、集団によるコラボレーション市場は確立した状態にあるが、零細企業や小規模の団体等におけるソーシャルネットワーク(専用、公開の両方)を構築できる多機能搭載のツールに対しては、需要が存在する。

Groupsite は、現在のところ英語にのみ対応しているため、今後、ローカライゼーションにおける提携事業で日本市場での展開が可能性として考慮される。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

2-23. 33Across

企業名	33Across	**URL**	www.33across.com
所在地	ニューヨーク州 ニューヨーク市	**調達資金総額（$100 万）**	11
設立年	2007 年	**投資家**	Flybridge Capital Partners First Round Capital QED Investors
社員数	100 名	**ユーザベース（100 万人）**	.5（発行人）
分野	ソーシャルグラフ		

事業概要

33Across 社では、ウェブユーザが持つ人脈を追跡し、このデータに基づいたターゲット広告を展開することで収益を上げている。同社サイトでは、カスタマイズのソーシャルグラフ、嗜好に関するグラフを構築し、ソーシャル上で発言力のあるユーザや、ブランドへのロイヤリティを高く示すユーザを可視化する。33Across 社によると、ソーシャルグラフおよび嗜好状態を表示するグラフの構築においては、12 億 5000 万人のユーザを抱える世界最大規模のサイトであり、ユーザ数にして 10 億人の Google や 8 億人の Facebook を超えるものとしている。現在、世界全体において 50 万件を超える発行人、フォーチュン 1000 社のうち 375 社のマーケティング部門では、自社のコンテンツと製品・サービスをソーシャルグラフに連結させる目的で、33Across 社の Brand Graph 技術、ツール、リアルタイムの予測システム等を活用している。

33Across 社では、2012 年 1 月に Tynt 社（発行人が各自のリンクを追跡できるサービスを提供）を買収。ソーシャルグラフの分野で大手の地位を確立した理由のひとつとなった。33Across 社では、今後、広告展開のターゲットを絞り込む際、誰とどのリンクを共有しているかを判断する目的で Tynt 社のデータを有効利用していくとしている。この買収の結果、33Across 社では、ユーザが共有しているウェブサイトやソーシャルサイトに関するデータを把握すると同時に、こうしたデータが示唆するものを解読する高度な解析技術も駆使できるようになった。

考慮される成功要因

33Across 社 CEO を務める Eric Wheeler 氏によると、2011 年における売上は、前年比 3 倍増に到達し、急速な成長振りを持続している（2010 年の売上は、前年 2009 年の 15 倍と大幅な上昇を記録した）。同社における成功は、主に、広告主が特定のターゲットに焦点を当てた広告を構築できるよう革新性の高い Brand Graph 技術の展開に起因する。また、Google や Facebook の他にも広告媒体を求める企業にとって、新たな選択肢として関心を集めている。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

特性および日本市場との比較・ビジネス機会

1） 保有技術の特徴と優位性

- 革新的かつ強力な解析技術
- 柔軟にカスタマイズ化が可能
- 高度なプライバシー保護と
- セキュリティ機能

2） 顧客ベース

- 発行人：50 万件
- 12 億 5000 万人のユーザを追跡
- フォーチュン 1000 社のうち 375 社で導入：

3） 類似技術で比較対象となる日本の企業・サービス例

同社サービスは、日本市場においては、新しい概念として捉えられる。現在、ソーシャルグラフデータに関心を持つ日本企業の大半は、Google や Facebook と提携している可能性がある。

4） 日本市場におけるビジネス機会の可能性

33Across 社は、現在のところ日本市場へ進出していない。今後、Google や Facebook 等の大手サイトとは別に、独自性と新規性に着眼する日本企業では、同社のソーシャルグラフサービスの展開で協業していくことが予測される。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

2-24. Technorati

企業名	Technorati	**URL**	www.technorati.com
所在地	カリフォルニア州 サンフランシスコ市	**調達資金総額（$100 万）**	32
設立年	2002 年	**投資家**	Draper Fisher Jurvetson Mobius Venture Capital
社員数	35 名	**ユーザベース（100 万人）**	150
分野	広告ネットワーク		

事業概要

業界初のブログサーチエンジンとして起ち上げた後、ブログとソーシャルメディアサイトにサービス提供を行い、広告主との幅広い連携を持つ一貫したサービスメディア企業として成長を遂げた。現在、Technorati.com では 100 万を超えるブログ検索に対応。同サイトは、見出し記事や人々の意見、ニュースを取り巻く写真・映像、エンターテインメント、技術、ライフスタイル、スポーツ、政治、ビジネスに関する主要な情報源として捉えられている。Technorati.com では、ブログ業界の著名人や影響力のある人物を追跡する他、現在、最も人気の高いサイトやブロガーを検索することも可能。親会社である Technorati Media 社は、広告ネットワークと広告技術のプラットフォームを所有する統合型のオンラインメディア企業である（Technorati.com の他にふたつのウェブサイトを運営）。2008 年 6 月にスタートした Technorati Media 社の広告ネットワークは、現在、米国内では 1 億 5000 万人、世界全体では 3 億人以上の月間ユニークビジターを抱えるなど、ソーシャルメディアの領域において最大規模の広告ネットワークサイト（ブログ、ソーシャルネットワーク、配信コンテンツ）である。2010 年 7 月現在、Technorati Media 社は、規模の観点からソーシャルメディアサイトとしては第 4 位、ブログサイトとしては第 3 位にランキングされている（出所：comScore 社）。

Technorati の社名は、technology（技術）と literati（ラテン語で「文学者」や「知識階級」の意）を混合させたもので、技術に関する知識や知性の行使といった意味合いを持たせている。この Technorati 社は、Dave Sifry 氏が創設。オープンソースの強力な支持者として知られる同氏は、過去に LinuxCare 社、Sputnik 社（Wi-Fi アクセスポイントに対応したソフトウェアの開発企業）も起業している。
Technorati Media 社は、自社の広告ネットワークで配信される広告の一部から収益を上げている。

考慮される成功要因

Technorati のサイトネットワークは、詳細度を追究したものであるため、広告主では、同サイトを利用して、ブログの内部で絞り込んだターゲットへ広告を展開することができる。Technorati の広告ネットワークでは、人口統計、嗜好、行動や生活様式別に 5000 以上の消費者セグメントを網羅している。また、

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

Technorati では、一貫した広告サービスを提供していることから、出版業者も同社のネットワークに参加している。

特性および日本市場との比較・ビジネス機会

1） 保有技術の特徴と優位性

- 出版業者で構成されるローヤルコミュニティ
- 信頼性と安定感のある広告プラットフォーム
- ソーシャルリッチメディア広告への対応

2） 顧客ベース

- 米国内における月間のユニークビジター数は 1 億 5000 万人
- 主要な広告主には以下のような企業がある：
  SONY, Disney, AT&T, Colgate, BEST BUY

3） 類似技術で比較対象となる日本の企業・サービス例

Monipla（モニプラ）：ブログ、Twitter、YouTube など多様なソーシャルメディアが登録されたサイト。導入企業では、サンプリングや体験イベント等を通じて各種メディアとの交流、ファン化を実現させ、ネット上での口コミで販売促進に繋げている。現在、導入企業は 1200 社を超える。
http://socialmedia.monipla.jp/

4） 日本市場におけるビジネス機会の可能性

2009 年以来、現在に至るまで Technorati は英語にのみ対応したネットワークである。今後、海外諸国での事業拡大においては、日本語での展開も可能性として考慮される。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

2-25. Kontagent

企業名	Kontagent	**URL**	www.kontagent.com
所在地	カリフォルニア州 サンフランシスコ市	**調達資金総額（$100 万）**	17.5
設立年	2008 年	**投資家**	Battery Ventures, Maverick Capital, Altos Ventures, Extreme Venture Partners
社員数	75 名	**ユーザベース（100 万人）**	150（月間のアクティブユーザ）
分野	解析		

事業概要

Kontagent 社では、ソーシャルメディア産業におけるアプリケーション開発者、広告主、製品管理者を対象としたユーザ解析プラットフォームを提供。同社によると、現在、1000 件を超えるソーシャルアプリケーション（Facebook が主体）、月間 1 億 5000 万人以上のアクティブユーザ、毎秒 1 万 5000 件余りのメッセージを追跡している。プロプライエタリの kSuite プラットフォームは、ソーシャルメディアとモバイル環境（iOS と Android SDK ライブラリに完全対応）のいずれにおいても、精細データの可視化と解析を目的に構築されたものである。具体的には、ユーザ獲得コスト、バイラルでの浸透性（いかにユーザが他のユーザを誘うか）、継続率、ユーザひとり当たりの収益が算出される。同社技術を活用する開発企業では、広告等の有料な手段、ニュースフィードや他のメッセージを使った無料の手段の両方から顧客獲得率の向上を図ることができる。

Kontagent 社では、ソーシャルアプリケーションを手掛ける新興企業から、Facebook に移行する大手メディア企業に至るまで幅広い企業顧客へサービス提供を行っている。同社へ投資を行ったエンジェル投資家は、ソーシャルゲーミング業界で著名な James Hong 氏（Eight Days 社 HotOrNot の共同設立者）、Jameson Hsu 氏（Shanda Games 社 Mochi Media の共同設立者）、Auren Hoffman 氏（RapLeaf 社設立者）、Greg Thomson 氏（YoVille 社の設立者：Zynga 社が買収）、Mike Sego（（fluff）Friends の設立者：Social Gaming Network 社が買収）など、同業界で知名度の高い人物で攻勢されている。この他、Facebook の fbFund からもシード資金を調達した。

考慮される成功要因

2011 年 8 月、同社では、一日当たり 10 億件を越えるメッセージ、月間 1 億 5000 万人のアクティブユーザに対応していると発表。また、この時点では、ソーシャルゲーミング産業に介在する広告主のうち、

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

4 分の一が同社技術を利用しているとされていた。Kontagent 社では、Facebook 対応のゲーム開発企業がユーザの行動パターンを明確に把握できる高度な解析技術の展開で成功を収めた。ソーシャルゲームの開発企業では、Kontagent プラットフォームで解析されたパターンに基づき、ターゲットを絞り込んだマーケティング戦略を考案することで、顧客獲得を目指している。

特性および日本市場との比較・ビジネス機会

1） 保有技術の特徴と優位性

- 強力な解析技術
- 高度な拡張性
- ソーシャルメディア、モバイルアプリケーションの両方に対応
- 確立されたユーザコミュニティ

2） 顧客ベース

- 月間 1 億 5000 万人のアクティブユーザを追跡
- 主要な企業顧客：Electronic Arts Inc.、Warner Bros.、Ubisoft Entertainment Inc.

3） 類似技術で比較対象となる日本の企業・サービス例

日本では、ソーシャルゲーミングに対する人気が高騰しているが、Kontagent 社が展開しているような、企業対象のユーザ行動に特化した解析サービスは、本調査では特定されていない。

4） 日本市場におけるビジネス機会の可能性

Kontagent 社では、現在、米国と中国のゲーム開発企業を主体とした事業戦略に力を入れている。

ソーシャルゲームおよびアプリケーションの開発企業を中心に Kontagent 社プラットフォームのローカライゼーションを実現させ、日本でいち早く市場展開させることが考慮される。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

2-26. Klout

企業名	Klout	**URL**	www.klout.com
所在地	カリフォルニア州 サンフランシスコ市	**調達資金総額（$100 万）**	40
設立年	2008 年	**投資家**	Kleiner Perkins Caufield & Byers, Venrock, Institutional Venture Partners, ff Venture Capital
社員数	40 名	**ユーザベース（100 万人）**	100（構築された Klout プロフィールの数）
分野	ソーシャルメディアネットワーク上での影響力分析		

事業概要

Klout 社では、ソーシャルメディアネットワーク全体におけるユーザの影響力を測定する解析サービスを提供。Twitter や Facebook、LinkedIn 等のソーシャルサイトから集約したデータを解析し、ユーザが持つネットワークの規模、作成されたコンテンツ、他者におけるこれらコンテンツとの関わり方からソーシャルネットワーク上での影響力を計測する。Facebook では、ユーザの投稿に派生した新しいコンテンツの生成や会話の量、「いいね!」ボタンが押されるか等を評価の基準としている。また、Klout の登録ユーザと連結した個人のプロフィールを作成することも可能。ソーシャルネットワークにおける個人の影響力を示す 1 から 100 までの得点評価は、（ネットワークの）幅やコミュニケーションの深度、密接性等を反映させた数値である。

2011 年1月の時点で、Klout のデータベースにアクセスした API のコール回数は 1 億回であったが、同年 12 月には 100 億回に達したとされる。現在、4000 件以上の API パートナーが、Klout のデータを使って開発活動に取り組んでいる。この開発企業の数も 2010 年初頭では僅か 100 社程度であった。また、構築されたプロフィールは 1 億件を超える。同社のビジネスモデルは、影響力の強い人物と様々なビジネスを連結させることに焦点を当てている。企業各社では、Klout で高得点の評価を受けた人物と連絡を取るために、Klout へ手数料を支払う。これらの人物に商品やサービス等を無料提供する等の宣伝戦略により、ソーシャルネットワーク上で大衆に自社ブランドの拡散、認知度向上を目指している。2011 年 11 月現在、こうした企業顧客を 50 社抱えている。

考慮される成功要因

Klout は、関心のある分野において、専門性のある、もしくは影響力を持った人物を特定できることから、自社ブランドの宣伝の他、雇用目的を目的とした利用も多い。同社では、複数のソーシャルメディアサ

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

イトを検証することで、ネット上で影響力を持った人物を総合的に浮き出させるというアプローチを採用。Facebook、Twitter、LinkedIn では、影響力のある人物について、それぞれ個別にデータを出すのに対し、Klout では、これらサービスを網羅する独自性の高いアルゴリズムを基盤に、統一された得点評価で解析結果を出している。Klout の API を利用した開発業者には Radian 6 をはじめ About.Me、ExactTarget、The Huffington Post、Seesmic、Gnip、Gist、StockTwits 等の企業がある。その成果を示唆する例を挙げると、Klout では、「設計」、「高級感」、「技術」、「自動車」の分野で影響力に対する高得点評価を受けた 217 人を新型 Audi A8 のテストドライブに招待した。その結果、3500 件のツィートを通じて僅か 30 日間で 310 万人のユーザにメッセージが拡散。1 万 4000 倍の乗数効果をもたらした好事例である。

特性および日本市場との比較・ビジネス機会

1） 保有技術の特徴と優位性

- 影響力について得点評価を行うプロプライエタリの計測技術
- オープン API
- 以下のサイトと連動:
  facebook, twitter, You Tube, Google+, foursquare, Linked in

2） 顧客ベース

- 1 億件のプロフィールを構築
- API のコール回数は月間 100 億回
- API パートナー企業:

3） 類似技術で比較対象となる日本の企業・サービス例

現在のところ、日本においては、複数のソーシャルサイトを網羅して、個々人の影響力を総合的に診断するオンラインサービスは展開されていない。

4） 日本市場におけるビジネス機会の可能性

Klout サービスは、日本語に対応しており、日本で影響力の高い人物に関するプロフィールも構築している。現在はベータ版での展開であるため、日本での正式的な宣伝活動はまだ行っていない。

日本の API パートナーや広告業者に対しては、利用価値のある技術として評価される可能性がある。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

2-27. Spigit

企業名	Spigit	**URL**	www.spigit.com
所在地	カリフォルニア州 プレゼントン市	**調達資金総額（$100 万）**	24
設立年	2006 年	**投資家**	Warburg Pincus
社員数	46 名	**ユーザベース（100 万人）**	一般公開の該当情報無し
分野	イノベーション		

事業概要

Spigit は、特定の目的に対し社員や顧客、事業提携先との間で斬新なアイデアを出し合い、革新を図っていくためのソーシャルネットワーキング構築ツールである。導入企業では、参加者が意見の投稿、レビュー、投票を行う他、他者のアイデアについて感想を述べることもできる。格付け評価のアルゴリズムを採用し、優れたアイデアを出した人物には、得点のポイントが与えられる。獲得ポイントは、実際の懸賞に変換できる他、組織内での認知度向上にも繋がるため、不正行為は必然的に回避される。同社では、①コラボレーションとクラウドソーシングから派生したフィードバックによる社員のイノベーション管理、②社外で派生したアイデアの管理、③社内、社外から寄せられたアイデアに対し、どのアイデアが最終的に採用されるかについて予測を行い、それに対してバーチャルな通貨や株式で投資を行う Prediction Markets といった 3 つの主要なサービスを展開している。同社プラットフォームを介して集約されたアイデアは、企業・組織において増収やコスト削減など重要な価値をもたらすものである。

Spigit 社を創設した Paul Pluschkell 氏は、起業家としても知られ、最初に起ち上げた MXNet 社は新規公開株で上場企業となっている。同社では、SaaS 型のサービスを提供しており、その契約料から収益を上げている。同社がモットーとする「Activate your people」は、ソーシャルネットワーキングを利用して、社員やファンと連携しながら、斬新なアイデアを出して現状改革などのイノベーションを創世するといった基本概念を反映させている。同社サービスにおける特徴は、Facebook をはじめ Sharepoint、Jive、Yammer など人気の高いソーシャルネットワーキングと連動している点である。

考慮される成功要因

Spigit サービスは、社員や顧客から最良のアイデアを集約し、それを実際の行動に活かすことで、これらの知識を企業や組織の「資産」に転換させるものである。同社サービスに対しては、特に、ゲーム感覚で楽しみながらイノベーション活動に参加できること、様々な場所に社員が拡散している企業であっても、社員間の繋がりが強化される点で高く評価されている。2011 年 4 月の公式発表によると、2011

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

年の第一四半期における売上は、前年同期比で 520%の増加を記録。導入企業においては、実際に増収やコスト削減を図るサービスであり、投資回収率も高い。この点が、同社の急成長振りに大きな好影響をもたらした。

特性および日本市場との比較・ビジネス機会

1） 保有技術の特徴と優位性

- ゲーム感覚で効率的に目標達成できる設計
- 使い易さ
- 高度な解析技術
- 以下の企業と連動:
  facebook, yammer, jive

2） 顧客ベース

- 主要な企業顧客: Estee Lauder, Allstate, CISCO, US bank

3） 類似技術で比較対象となる日本の企業・サービス例

企業・組織における現状改革やイノベーション活動は、従来、研究開発や事業開発の部門を主体に展開されてきたものであり、日本においては、新しい概念である。

4） 日本市場におけるビジネス機会の可能性

Spigit サービスは、SIer 企業である ISID 社との提携関係を通じて、日本市場に参入している。

ISID 社では、Spigit 社ソリューションを日本市場で活発的に宣伝しており、企業でのイノベーション活動にソーシャルネットワークの要素を取り入れたアプローチに関心のある企業を探している。

Mixi やサイボーズなど日本独自のクラウド（群集）ツールに対して、人間のアイデアを利用したクラウドソーシングの概念を適用させることでビジネス機会の開拓が期待される。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

2-28. Jive Software

企業名	Jive Software	**URL**	www.jivesoftware.com
所在地	カリフォルニア州 パロアルト市	**調達資金総額（$100 万）**	57（1 億 6100 万ドルを上げた新規株式公開前の 2011 年 12 月時点）
設立年	2001 年	**投資家**	Kleiner Perkins Caufield & Byers, Sequoia Capital
社員数	360 名	**ユーザベース（100 万人）**	15
分野	コラボレーション		

事業概要

法人向けにソーシャルネットワーキングの要素を取り入れたコラボレーションソフトを展開。主力製品 Jive Engage Platform は、ソーシャルネットワーキングの多機能（「いいね！」、フォロー、ブログ、メッセージ、ワンクリックによる共有等）を搭載したコミュニケーションツール、社員間の連携によるワークスペースとして利用されている。同プラットフォームでは、顧客と企業の提携先が構造化されたオンラインコミュニティ（参加者は、Q&A の投稿を行ったり、製品や特定の問題について意見交換ができる）において相互に連結することが可能。また、各種ソーシャルサイト（Twitter 等）からの関連したコンテンツやリンクを統合させることで、ソーシャルウェブの機能を取り入れることもできる。この他、同社では、Jive Engage Platform に統合され、ここからアクセスできる様々なビジネスアプリケーションを集めた Jive Apps Market を展開している。

同社ソリューションは、直接販売を行う企業をはじめ再販売業者、外部委託のベンダ、SIer を通じて SaaS 契約として販売されている。同社は CTO を務める Matt Tucker 氏と VP of Product Management の Bill Lynch 氏が共同で設立。両氏は、University of Iowa 在学中、情報科学の専攻で親交を深め、インターネット企業 4Charity 社を創設したという経緯がある。Jive の技術は、Microsoft 社の Sharepoint、Outlook、Office および Twitter と連動している。

考慮される成功要因

Jive 社は、法人向けのソーシャルソフトウェア業界で主導的立場を確立しており、大手の企業顧客を中心に成長を続けている。新規株式公開以前は、年間売上げが 1 億ドル程度であったにも関わらず、IPO の時点では、時価総額にして 10 億ドル以上の企業として評価された。これは、業界の間で、将来における Jive 社の大規模な成長を見込む傾向が強かったためである（現時点で、導入企業 3000 社において 1500 万人のユーザが利用している）。同社の成功に関しては、Microsoft 社の製品と連動し

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

ていること、既存のコラボレーション環境に加え、ソーシャルネットワーキング機能にも簡単に対応できること、既存のシステムにおける効率性を向上できるなど技術力の高さが主な要因となっている。

Salesforce 社と同様、Jive 社でも Apps Market（事業概要の欄を参照）の展開は、エンタープライズ業界での足場を固めるための戦略であり、これも同社の成長を促進する材料として捉えられている。

特性および日本市場との比較・ビジネス機会

1） 保有技術の特徴と優位性

- ソーシャルネットーキングにおける総合的な機能性の適用
- Apps Market の展開を通じたエンタープライズ業界での地位確立
- 多言語への対応
- 企業と協業：twitter, Microsoft

2） 顧客ベース

- 登録ユーザ数は 1500 万人
- 導入企業は 3000 社
- 主要顧客：

  Alcatel-Lucent, Avon Products, Inc. , Bupa, Eloqua, EMC, Hitachi Data Systems, Life Technologies, Mercy Corps, National Instruments, Prudential Real Estate Investors, SAP, Swiss Re, Symbolic Systems, TeleTech, T-Mobile USA, The World Bank, UnitedHealth Group, Vistage International

3） 類似技術で比較対象となる日本の企業・サービス例

日本市場においては、新しい概念であり、本調査では、類似技術として比較対象となる適切な日本企業は特定されていない。

4） 日本市場におけるビジネス機会の可能性

Jive software は、日本語にも対応。日本市場においては、アプリケーションプラネット社などと提携して、製品展開を行っている。この他、特に Microsoft 社の製品を利用している企業に対し、再販売をしていくアプローチも考慮される。また、サイボーズ等など日本で人気の高いコラボレーションツールと連動している企業向けに、Jive 形式のソーシャルネットワーキングツールを開発するといった戦略も検討できる。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

2-29. CrowdFlower

企業名	CrowdFlower	**URL**	www.crowdflower.com
所在地	カリフォルニア州 サンフランシスコ市	**調達資金総額** **（$100 万）**	13.2
設立年	2007 年	**投資家**	Bessemer Venture Partners Trinity Ventures, Quest Venture Partners, Harmony Partners
社員数	60 名	**ユーザベース** **（100 万人）**	2（外部委託の作業員）
分野	クラウド（Crowd）ソーシング		

事業概要

CrowdFlower 社開発のプラットフォームは、大規模なスケールで高質なクラウドソーシングを提供するもの。クラウドソーシングとは、一般的に製品やサービスの開発業務に低賃金、あるいは無償で参加してくれる不特定多数の人々を公募し、作業を委託する開発形態を指す。専門家が開発作業を行う外部委託のアウトソーシングに対し、クラウドソーシングでは一般の群衆（クラウド）が協力しながらバーチャルな環境で開発を行う。常時オンの拡張可能な作業環境であることから、反復業務を含み、自動化が困難な規模の大きいプロジェクトに適したアプローチである。主な対象は、製品の類別化（ウェブサイトに掲載する製品を種類別に分ける作業等）、取引先や潜在的なビジネス機会に関連した情報確認（現在取引をしている、あるいは今後、取引を検討している企業やサービスの事業内容や連絡先が実在するか等の確認）、ウェブ等に使われるコンテンツの作成とされる。CrowdFlower 社では、大規模でデータ容量の多いプロジェクトを小さな作業項目に分割して、世界全体で 200 万人を超えるネット上の作業員にオンデマンド方式で業務委託を行う。同社のプラットフォームでは、成果物の品質を保証するため、統計的なワークフロー管理技術も使っている。

CrowdFlower 社は、TechCrunch50（TechCrunch 社が選定する有望企業トップ 50 社）の最終選考企業の一社に選ばれた 2009 年、業界にその存在を現すこととなった。サービス提供開始以来、現在までに完了した細分化の作業は合わせて 3 億件を超える。これは、ひとりの作業員にして 5 年間分の労働力に相当する作業量である。Crowdflower 社では、外部委託のトランザクションにおける微少の割合を手数料として徴収し、ここから収益を上げている。Powerset 社の上級科学者を務め、Yahoo! Japan では Search Relevance Team を統括していた Lukas Biewald 氏が創設した企業。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

考慮される成功要因

法人向けのクラウドアウトソーシングサービスでは、多数の大規模な業務プロジェクトを円滑化するため、作業状況と成果物の品質管理を自動化しながら、大勢の作業員に小分けされたタスクを分散することができる。例えば、Harvard Tuberculosis Lab（ハーバード大学付属の結核に関する研究所）では、薬剤耐性の結核細胞を特定するプロジェクトにおいて、CrowdFlower プラットフォームを利用。作業員は、皮質のスライドを閲覧し、結核細胞の特定を行う。通常、この作業は、構内の大学院生が行うものだが、CrowdFlower プラットフォームでは、正確度を維持しながら遥かに短期間で 完了することができた。Crowdflower 社における成功要因は、ワークフローの管理技術を開拓すると同時に、作業の正確性を予測するための解析機能を提供してきた点にある。先に述べた（事業概要の欄を参照）製品の類別化や取引先情報の確認作業等は、ウェブ企業に焦点を当てたものであるが、近年においては、従来型のビジネスに適したサービスを構築するよう検討している。

特性および日本市場との比較・ビジネス機会

1） 保有技術の特徴と優位性

- 最適化されたワークフロー
- 安定した解析機能の搭載
- 世界全体に広がる作業員のコミュニティ
- 労働力を提供するチャンネルパートナーは 50 社以上

2） 顧客ベース

- 現在登録している作業員は世界全体で 200 万人

3） 類似技術で比較対象となる日本の企業・サービス例

CROWD：データベース制作、クチコミ、テキスト入力、チェック・判断、画像加工等が主体。高度な個人情報を含むデータや秘匿性、専門性の高い作業案件は、自社や提携企業が直接契約をした信頼度の高いユーザーにクローズド配信することで安全性と品質を保証している。また、独自の品質保持制度 BeQ（ビ―クス）に基づき、30 項目以上のチェックを通過した成果物に限り納品。現在までに完了した作業総数 360 万件以上、20 万人強が作業コミュニティに参加。作業の質や頻度に応じて、作業員のステータスが向上するシステムを採用。 http://www.realworld.jp/crowd/

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

4） 日本市場におけるビジネス機会の可能性

Crowdflower 社の設立者である Lukas Biweald 氏は、過去に Yahoo Japan に在籍するなど日本との繋がりを持っているが、現在のところ、日本語での作業委託には対応していない。

近年、日本においては、クラウドソーシングの運営企業が増加傾向にある。CrowdFlower 社と同様、現時点では、個人や主婦層などによるウェブ関連の作業やデータ処理等を主流とするが、今後、同社のプラットフォームを導入し、一般企業においても社内のテンプスタッフ等が手作業で行っているタスクに対応できる可能性がある。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

2-30. Wheelz

企業名	Wheelz	**URL**	www.wheelz.com
所在地	カリフォルニア州 パロアルト市	**調達資金総額（$100 万）**	15.7
設立年	2011 年	**投資家**	Zipcar, Fontinalis Partners
社員数	11 名	**ユーザベース（100 万人）**	一般公開の該当情報無し
分野	P2P コマース		

事業概要

Wheelz 社では、P2P 方式で自動車を共有するためのプラットフォームを提供。自動車の所有者では、時間制や日刊等で安全に自動車のレンタルを行うことができる。同時に、自動車を所有しないユーザにとっては、便利な方法で交通手段を確保することができる。同社では、自動車は、米国人の貸借対照表で 2 番目に高い個人資産であるのに対し、その大半は、一日平均 23 時間駐車した状態にあるとして、自動車の有効利用でその価値を見出すことに着眼。Wheelz サービスは、現在、スタンフォード大学関係者を対象に展開されているが、近々、UC Berkeley、USC、UCLA の各大学でも提供される予定。

他の P2P コマースサイトと同様、Wheelz もソーシャルメディアおよび iPhone と密接に統合されている。運転免許の所有者は、Facebook でサインインを実行し、スマートフォンアプリケーションを使ってレンタカーの予約を入れる。自動車のキーを使わずに、DriveBox と呼ばれるプロプライエタリのハードウェアを使って運転を行うもの。無料配布の DriveBox を自動車に設置し、Wheelz サイトにレンタル対象車として掲載。自動車のレンタル利用者は、iPhone アプリケーションまたは Wheelz サービス専用のカードを使い DriveBoxd鍵を開ける。自動車の所有者は、レンタルの料金や期間（時間制、日刊、週間等）を自由に設定することができる。現在のところ、同社では、会員料から収益を上げている。近年、レンタカーの上場企業 Zipcar 社から投資を受けた。CEO を務める Jeff Miller 氏（電気自動車の充電ネットワークを提供するサービスプロバイダ Better Place 社で職務経験を持つ）、CTO の Akhtar Jameel 氏（Mercedes-Benz R&D の前 CEO）がスタンフォード大学で起ち上げた企業である。

考慮される成功要因

Wheelz 社は非常に若く、現在のところ、サービス展開の規模も限られていることから、企業としての成功を判断するには時期尚早である。しかしながら、ZipCar 社からの財務支援は、前向きな将来性を示

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

唆するものである。新規性の高いプロプライエタリの DriveBox と iPhone アプリケーションを開発するなど、画期的な技術で自動車レンタル業界への足掛かりを作った。

また、同社では、事故や破損等の損害に対する自動車所有者の懸念を理解し、会員登録の一環として100 万ドルの保険証書も適用している。この他、会員間の繋がりを組成するだけでなく、身元確認の目的も含め Facebook を利用。これは、自動車所有者とレンタル利用者との間における信頼性の確立を狙った戦略でもある。

特性および日本市場との比較・ビジネス機会

1） 保有技術の特徴と優位性

・使い易いインターネットおよびスマートフォンインターフェース

・自動車の開錠や運転に利用できるプロプライエタリ技術

・facebook と密接に連動

2） 顧客ベース

同社技術を支援する大学機関

3） 類似技術で比較対象となる日本の企業・サービス例

日本においては、P2P を利用した個人所有の自動車をレンタルするサービスは、現在のところ展開されていない。

4） 日本市場におけるビジネス機会の可能性

Wheelz 社は、P2P コマースを展開する企業の一例であり、このようなサービスは様々な産業、領域で輩出してくることが予測される。

米国同様、日本市場においても P2P コマースは非常に新しい概念であり、今後、これに関連した技術、サービスの開発では、当該市場に参入している米国企業との協業が可能性として考慮される。

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

3. 裾野産業を構成するベンダー全 50 社のダイレクトリー

	企業名	主要技術	副次産業	サービス分野
1	PhotoBucket	写真と映像の共有サービス。ダウンロード回数は、2011 年 12 月現在で 95 億回を超えている。	エンドユーザビュー	写真共有
2	SmugMug	プロの写真家がターゲット。透かし技術やダウンロードイメージ、プリント写真、フォトギャラリーの作成機能を提供。		
3	Vimeo	映像のアップロード、共有、視聴に対応したメディアサイト。HD 動画に対応した映像共有サイトで早期参入企業のひとつに数えられる。		映像共有
4	Ustream	ライブ映像の配信サービス。チャットの他、投票、アンケート調査、格付け機能を搭載。携帯機器に対応。		
5	RockYou	ソーシャルメディア対応のゲームおよび広告ソリューションを開発。 Facebook 対応。RockYou の Zoo World は Facebook 上で 2 番目、また、Gourmet Ranch も 3 番目に急成長を遂げているシミュレーションゲームである。		ゲーム
6	Buffalo Studios	同社開発の BINGO Blitz は、Facebook の人気ゲームでトップ 10 位にランキングされている。		
7	Foursquare	携帯機器を利用し、ネット上での SNS に留まることなく、位置情報や実際の小売店舗など現実の世界と連結させたサービスを展開。		位置情報アプリケーション
8	Loopt	友人の居場所、行動等をリアルタイムで確認できる位置情報を利用したサービス。		
9	Causes	社会的問題に取り組む個人や非営利組織を支援するための、オンラインプラットフォームを提供。Napster 社、Plaxo 社、Facebook 社を設立した Sean Parker 氏が共同で起ち上げた企業。		Facebook アプリケーション
10	RootMusic	Facebook 上で簡単にバンドミュージシャン用のプロフィールページを作成するサイトを運営。効果的に楽曲の紹介や販売ができる。		
11	StockTwits	投資関連情報を共有するマイクロブロギングサービス。自分と類似した株式取引のアプローチを持つ人物を特定、フォローして情報を共有したり、関心のある銘柄や通貨の情報をリアルタイムで収集することができる。		Twitter アプリケーション
12	TweetMeme	Twitter 上で集約したリンクの中から、人気の高いリンクを判断するサービス。		
13	Spokeo	多数のオンライン／オフラインの情報原（電話のディレクトリ、ソーシャルネットワーク、フォトアルバム、マーケティング調査、メーリングリスト、連邦政府による		Social Search

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

	企業名	主要技術	副次産業	サービス分野
		国勢調査、不動産の物件リスト、企業ウェブサイト等）を集約する、ソーシャルネットワークの集約サイト。		
14	Topsy	主に Twitter に焦点を絞ったリアルタイムの検索エンジン。		
15	Yelp	口コミ情報に基づいた地域ガイドとしては、主導的なサービスとして知られる。地域情報に関するユーザレビューは 2,200 万件を超える。		レビュー（口コミ）
16	NileGuide	旅行をテーマに、地域の批評家が様々な場所についての情報や感想を投稿するサイト。		
17	Tumblr	テキストをはじめ画像、映像、リンク、引用、音声等をユーザ各自のタンブルログに投稿するためのウェブサイトと、マイクロブロギングのプラットフォームを提供。		ブロギング
18	Posterous	メールによる投稿機能に注力して開発・運営されているブログサービス。記事を投稿した際に、Twitter や Facebook などの外部サービスへ通知を自動投稿する機能「autopost」を特徴とする。		
19	Miso	テレビを見ながら感じたことを他者と共有できる iPhone、iPad、Android 搭載機器対応のソーシャルアプリケーションを開発。好きなテレビ番組や特定のエピソードにチェックインすることで、バーチャルバッチや得点の獲得、視聴番組に対する感想や評価、同様の番組視聴者とのチャットもできる。		ソーシャル TV
20	IntoNow	同社開発の SoundPrint 技術では、テレビ番組のコンテンツを認識。ユーザでは、Facebook および Twitter 経由で他者と共有・会話ができる。		
21	Digg	ソーシャルブックマーキングサイト。ユーザが投稿した Digg サイトのコンテンツから、最多の投票数を獲得した記事は、サイト訪問者にも閲覧できるよう、フロントページに掲載される。		ソーシャルブックマーキング
22	Pinterest	ユーザが感想や写真を投稿したり、友人と会話ができるバーチャルピンボード。		
23	SlideShare	個人、法人のいずれにおいても PowerPoint、PDF、KeyNote、OpenOffice で作成されたプレゼンテーションを自由に公開、共有することが可能。		文書共有
24	Scrib'd	MS Office Document、Google Docs、PDF、ePUB ファイルに対応した文書出版サイト。検索および組み込み機能を搭載したプロプライエタリのリーダー技術で表示する。		
25	Grooveshark	オンデマンド方式で音楽を無料視聴する他、プレイリストの保存や他のサイト、ブログ、ソーシャルメディア		音楽共有

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

	企業名	主要技術	副次産業	サービス分野
		に組み込むことも可能。宣伝担当者やバンドのメンバーでは、アーチストに関連する全ての情報や分析データを自由に閲覧、利用することができる。		
26	Spotify	Sony をはじめ EMI、Warner Music Group、Universal などの大手、独立系レコード会社が著作権を保有する音楽コンテンツをオンデマンド方式で配信するサービス。		
27	Quora	各分野の専門家が編集、運営も行う Q&A サイト。Quora が集約した様々なトピックに関する Q&A について、ユーザ同士が協力しながら質問を編集したり、他のユーザが行った回答にアドバイスを加えたりすることができる。		その他の SNS
28	MightyBell	SNS を利用して、何かを制作するなど特定の目的を達成するためのプロセスを経験者が段階に沿って教えてくれるサイト。学習内容を他者と共有することもできる。		
29	Flipboard	Pad および iPhone 対応のソーシャルマガジンアプリケーション。Facebook や Twitter 等のソーシャルメディアネットワーク上のコンテンツや雑誌など出版業者から読者にカスタマイズしたコンテンツを組み入れ、雑誌感覚のページ作成が可能。	エンドユーザビューの対応ツール	コンテンツ集約
30	bitly	URL の短縮、共有、追跡に対応した Bit.ly サービスを提供。URL の表示を短縮化することで、特に、入力スペースが限定されている Twitter（最大 140 文字）などのサイトで利便性を図ることができる。		URL 短縮
31	TinyURL	ツールバーアドオン機能を搭載したオリジナルの ERL 短縮サービス。無料提供。		
32	Hootsuite	ウェブを利用した安全なダッシュボードから、企業組織が複数のソーシャルネットワークにおけるキャンペーンを共同で実行するための、ソーシャルメディア管理システム。	エンタープライズビュー（B2C）	マーケティング
33	Seesmic	フリーウェアウェブ、モバイル、デスクトップアプリケーションで構成されたスィート製品を展開。導入顧客では、Facebook や Twitter など複数のソーシャルネットワークに対するユーザアカウントを一元的に管理することができる。		
34	Marin Software	広告活動の管理用ソリューションを開発。様々な規模の広告会社や代理店向けに検索、ディスプレイ、ソーシャル広告の管理を行う統合型のプラットフォームを提供している。		広告

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

	企業名	主要技術	副次産業	サービス分野
35	Payvment	企業ブランドや販売業者が Facebook 上で店舗を開設するためのアプリケーション。ベンダ側で出展商品、製品のカテゴリを設定する他、商品イメージの取り込み、サービスや配送に関する規約の記載等を自由に行うことができる。		ソーシャルコマース
36	Visible Technologies	ソーシャルメディアの監視および解析ソリューション（感情分析技術）を提供。主力製品である法人向けのソーシャルメディア監視サービス Visible Intelligence Social Media Platform では、ソーシャルメディアにおける大量データの処理、社内の各部門や企業全体におけるコラボレーション、ワークフロー、統合をサポートする。		監視
37	Zendesk	企業が顧客サービスを目的とした独自のポータルサイトを構築するよう、SaaS 型ヘルプデスクソフトウェアを提供。同社ソリューションは、目的に絞り込んだ最小限の機能を搭載し、洗練された設計で知られる。既存のウェブサイトとシームレスに統合できる RoR（Ruby on Rails）を使った展開が可能。		顧客サービス
38	GroupSite	Groupsites と呼ばれるソーシャルウェブサイトの構築を目的としたプラットフォーム。この Groupsites は、ユーザグループがコミュニケーションを図り、共有しながら人脈を広げることができるコラボレーションコミュニティである。		独自開発の SNS
39	Ning	同社のプラットフォームでは。Facebook および Twitter と完全統合されたカスタマイズの SNS を構築する。		
40	33Across	ウェブユーザが持つ人脈を追跡し、このデータに基づいたターゲット広告の展開から収益を上げている。同社サイトでは、カスタマイズのソーシャルグラフ、嗜好に関するグラフを構築し、ソーシャル上で発言力のあるユーザや、ブランドへのロイヤリティを高く示すユーザを可視化する。	エンタープライズビュー（B2C）	ソーシャルグラフ
41	Technorati	Technorati.com では、ブログ業界の著名人や影響力のある人物を追跡する他、現在、最も人気の高いサイトやブロガーを検索することも可能。		広告ネットワーク
42	Kontagent	ソーシャルメディア産業におけるアプリケーション開発者、広告主、製品管理者を対象としたユーザ解析プラットフォームを提供。		解析
43	Klout	Twitter や Facebook、LinkedIn 等のソーシャルサイトから集約したデータを解析し、ユーザが持つネットワークの規模、作成されたコンテンツ、他者におけるこれらコンテンツとの関わり方からソーシャルネットワー		ソーシャルネットワーク上の影響力分析

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

	企業名	主要技術	副次産業	サービス分野
		ク上での影響力を計測する。		
44	Spigit	特定の目的に対し社員や顧客、事業提携先との間で斬新なアイデアを出し合い、革新を図っていくためのソーシャルネットワーキング構築ツール。導入企業では、参加者が意見の投稿、レビュー、投票を行う他、他者のアイデアについて感想を述べることもできる。	エンタープライズビュー（社内利用）	イノベーション
45	Jive	法人向けにソーシャルネットワーキングの要素を取り入れたコラボレーションソフトを展開。主力製品 Jive Engage Platform は、ソーシャルネットワーキングの多機能（「いいね！」、フォロー、ブログ、メッセージ、ワンクリックによる共有等）を搭載したコミュニケーションツール、社員間の連携によるワークスペースとして利用されている。		コラボレーション
46	Yammer	本来、法人向けのマイクロブロギングとして提供を開始。近年においては、ソーシャルネットワーキングを使った、企業内で手軽に情報交換や情報共有を行うコミュニケーションツールとして有効活用されている。		
47	CrowdFlower	大規模でデータ容量の多いプロジェクトを小さな作業項目に分割して、世界全体で 200 万人を超えるネット上の作業員にオンデマンド方式で業務委託を行う。同社のプラットフォームでは、成果物の品質を保証するため、統計的なワークフロー管理技術も使っている。		クラウドソーシング
48	KickStarter	クラウドソーシングを利用し、インディー系の映画や音楽、非営利団体活動など様々なクリエイティブプロジェクトに対する支援金を調達するためのサイト。		
49	Wheelz	P2P 方式で自動車を共有するためのプラットフォームを提供。登録ユーザでは。Facebook でサインインを実行し、スマートフォンアプリケーションを使ってレンタカーの予約を入れる。自動車のキーを使わずに、DriveBox と呼ばれるプロプライエタリのハードウェアを使って運転することができる。	エンタープライズビュー（その他）	P2P コマース
50	AirBnB	長期、短期のいずれにおいても、別荘やアパートの部屋、ボート等の貸し出しを行うオンラインサービス。通常、ホテル経営者等ではなく、個人が所有する不動産を賃貸の対象としている。		

Copyright (C) 2012 JETRO. All rights reserved.

JETRO

「米国におけるソーシャルメディアの裾野産業調査」

2012 年 3 月発行

著作・発行　日本貿易振興機構（ジェトロ） 海外調査部

〒107-6006　東京都港赤坂 1－12－32　アーク森ビル 6 階

Copyright © 2012 JETRO. All rights reserved. 禁無断転載